



orderikandi.com



دخولك إلى الشبكة في العمل

تماماً مثل باقي المراسلات المتعلقة بالعمل، ينبغي أن تكون المراسلات التي تتم عبر الشبكة من النوع الذي يشعر من يستلمها بالراحة والحبور. ومن أجل الوصول إلى هذه الغاية، هنالك عدة طرق تساعدك في التعامل مع كافة الحالات التي قد تصادفك على الشبكة بحرفية واتزان، نقدمها لك بالتفصيل في الصفحات القادمة:

اختبار ذاتي حول مقدراتك في الاتصال عبر الشبكة

بخصوص العمل:

إليك الاختبار التالي الذي لا يقصد منه اختبار إمكانياتك في العمل وإنما لمساعدتك في تقويم مدى نجاح طريقتك بالاتصال بالزملاء والإدارة في العمل.

سيكون من السهل عليك معرفة الإجابة الصحيحة عن معظم الأسئلة، ولكن ليس الهدف من هذا الاختبار هو التوصل للإجابات الصحيحة لأنك لست في امتحان ولا في سباق مع أحد. أجب بأمانة عن كل سؤال حتى ولو كنت تشعر بأن الجواب الذي اخترته ليس أفضل الإجابات المطروحة. إن الهدف هنا هو تحديد



قدراتك الشخصية في مجال الاتصالات في العمل من أجل مساعدتك على تحسينها وتمييزها .

١. أرسلت زبونة هامة لدى الشركة رسالة مستعجلة عبر البريد الإلكتروني تحتاج لرد سريع. ولكن لسوء الحظ، ليس باستطاعتك الحصول على الجواب المناسب لحل مشكلتها قبل أربع وعشرين ساعة فماذا تفعل؟... هل:

أ- تبعث إليها إيميل تعلمها بإطلاعك على المشكلة وبأنه عليها الانتظار لمدة يوم قبل الحصول على حل لمشكلتها؟

ب- تتصل بالزبونة وتطلعها على الوضع؟

ت- ترسل لها فاكساً يؤكد إطلاعك على مشكلتها وتشرح لها سبب ضرورة الانتظار وتعطيها قائمة بالخطوات التي ستتبعها لضمان عدم تكرار حدوث هذه المشكلة ثانية؟

ث- تقوم بكل الخطوات السابقة؟

٢. أرسل لك مديرك رسالة غاضبة ينتقدك فيها بالخطأ على إحداث مشكلة في المشروع الذي تعمل فيه دون أن يكون لك يد فعلاً في هذا الأمر. ما الذي تفعله في هذه الحالة...؟

أ- ترسل له رسالة إيميل مزعجة تعلمه بمدى جهله وخطئه، مهما كانت النتائج.

ب- تعطي لنفسك الوقت الكافي حتى تهدأ، ثم تكتب له رسالة إيميل مهذبه تعلمه فيها بأسفك لحدوث تلك المشكلة وتشرح له أنك لست المسؤول لا من بعيد أو قريب عنها، ومن ثم تبدي له استعدادك التام للمشاركة في حلها إن كان هذا بإمكانك.

ت - تدفع إلى مكتب المدير لحل المشكلة بشكل سريع.

ث - تكتفي بالاتصال به هاتفياً.



٣. تضطر لتنبئيه أحد معاونيك عن مشكلة وجدتها في عمله، ولكنك لا تستطيع الاتصال به إلا عن طريق الإيميل لليومين القادمين لأنك خارج المدينة. أنت منزوع نوعاً ما من تلك المشكلة... فهل:

أ - ترسل له رسالة إيميل تشعره فيها بغضبك وتشرح له ما الذي يجب عليه عمله لتصحيح الخطأ الذي قام به.

ب - تؤجل الموضوع برمته لحين عودتك إلى المكتب، حتى لو كان ذلك سيؤثر نوعاً ما على الإنتاج.

ت - تقطع رحلتك وتعود على جناح السرعة.

ث - ترسل له رسالة إيميل مهذبة تطلعه فيها على كيفية إصلاح الخطأ، وتنتظر لحين عودتك إلى المكتب لتشرح له كم كنت ممتعضاً منه لذلك الخطأ الذي ارتكبته.

٤. عند الإعداد لإجراء اجتماع عبر الشبكة تكون فيه طرفاً رئيسياً محاطاً بعدد من

المدراء، وتلاحظ فجأة أن الكاميرا بعيدة عنك،... ما الذي تفعله؟

أ - هل تطلب بلطف توجيه الكاميرا عليك؟

ب - هل تغير مقعدك لتصبح أقرب إلى الكاميرا؟

ت - هل تتقبل الأمر كما هو؟

ث - هل تقوم بتحريك الكاميرا غير آبه باعتراض المصور؟

٥. لديك مدير أو مساعد أو موظف يرفض استخدام البريد الإلكتروني،... فهل:

أ - ترسل له كتاباً لتعليم كتابة الإيميل.

ب - نظراً لعلمك بأنه لا يقرأ البريد، ترسل له إخطاراً بضرورة حضوره اجتماع

ما أو تخبره فيه عن حادثة معينة - ثم تتأكد من عدم قيام أحد بإخباره

بتلك الحادثة.

ت - تقترح عليه أن تقوم أنت بطباعة بريده.

ث - إذا كان ذلك الشخص هو مديرك، تقوم بتغيير عملك.



٦. تحضر اجتماع يتم على الشبكة لتعيين الأشخاص في مكاتب البيع البعيدة. وتلاحظ أن عدداً كبيراً من الأشخاص يتحدثون ويثرثرون بينما أنت تجيب على أحد الأسئلة، ومن ثم يتغير موضوع الاجتماع، ما الذي تفعله في هذه الحالة؟... هل:
- أ - تكتب السؤال الذي تجيب عنه كي يعرف الجميع عما تتحدث. إذا كان السؤال طويلاً هل تختصره أو تكتب جزءاً منه فقط أم أنك تجعله جزءاً من إجابتك؟
- ب - تقترح تقسيم عدد الحاضرين إلى مجموعات أصغر؟
- ت - تبقى هادئاً وتقرأ كتاباً؟
- ث - تكتب رداً سريعاً دون الاهتمام بمن سيقروه؟

الإجابات:

١. الإجابة الصحيحة هي (ت)، لأن الإجابات الأخرى ستجعلك تبدو وكأنك غير مهتم بالزبون، وبالتالي ستزيد من احتمال خسارتك لعملك.
٢. الإجابة الصحيحة هي (ب)، لأن الإجابات الأخرى قد تربط بينك وبين المشاكل إلى الأبد في نظر المدير. كما أن هنالك احتمال حدوث نتيجة غير مرضية بالنسبة لك إذا ما واجهته بالذهاب إليه أو بالتحدث إليه هاتفياً.
٣. الجواب الصحيح: ت. على فرض أن الموظف يتفقد الإيميل باستمرار، فإن المشكلة ستحل سريعاً مع احتمال أن يتلاشى غضبك قبل عودتك إلى المكتب.
٤. الجواب الصحيح: أ. اطلب من المصور تعديل وضع الكاميرا ولا تقم بذلك بنفسك فهذا ليس من اختصاصك. وربما إذا اغتاض المصور منك قد لا يهتم بإظهار صورتك بشكل واضح. كما أن تغيير مقعدك لن يكون ملائماً، لأن المحرك الرئيسي للاجتماع يجب أن يكون على رأس الطاولة.
٥. الجواب الصحيح: ب. لأن هذا سيكون درساً موحعاً للشخص الذي يرفض التواصل مع غيره عبر الشبكة.
٦. الإجابة الصحيحة: أ. لا يسمعك إلا إن تبذل قصارى جهدك، وإن إدراجك للسؤال عند إجابتك عليه قد يعيد الحاضرين إلى الموضوع الرئيسي للاجتماع.



ما الذي تعنيه نتائج الاختبار:

إن هذا الاختبار هو طريقة سريعة لتقويم خبرتك وسهولة تعاملك مع موضوع الاتصال عبر الشبكة في مجال العمل. ولتعرف إذا ما كنت جيداً في هذا المجال، عليك أن تكون قد أجبت على خمسة إجابات صحيحة من أصل ستة. إذا كانت إجاباتك الصحيحة أقل من ذلك، سيساعدك هذا الفصل على تحسين مستواك في هذا المجال وبصورة سريعة، قد تحتاج أيضاً لقراءة كتاب كيف تتحدث في العمل (How to Say It At Work).

كلمات يمكنك استخدامها على الشبكة في مجال العمل:

خبير	نوافق
يعتبر	البديل
حذر	مع الموافقة
يحذر	توازن
تزايد	تعهد
حكمة	مفهوم
إطلاع	متعاون
مرونة	حذر
مرن	كاف
تم اختياره	يقوم
ثقة	مرونة
نمو	هدف
ولاء	معلوم
مكافأة	يتباحث
ثانوي	موضوعي



خطة

فرصة

أوليات

منظور

بعض المصطلحات المستخدمة في مراسلات العمل على الشبكة:

نقطة جديدة	طريقة جديدة
اتطلع إلى العمل معكم	تحقيق الأهداف
تعديل الأوليات	اعتبارات أخرى
تجربة لا تقدر بثمن	من منظور خارجي
تحليل الأسواق	أفضل سيناريو/ حل للقضية
مستوى جديد من المثابرة	الأفضل للشركة / للفريق
احتمالات جديدة	تفكير حذر
أرقام معتمدة	ضمان النوعية
بدءاً منذ اليوم	أتعهد تجاه الشركة
تفكير إستراتيجي	تفكير واضح
فكر بالأمر جيداً	اعتمد عليّ
صعوبات في تطبيق	تخفيض النفقات

كلمات يستحسن تجنبها في مراسلات العمل:

مستحيل

خائف

خاسر

ممل

رخيص

لا أستطيع



أحمق	كارثة
جاهل	سوء إدارة
رفض / أرفض	غير مفيد
غير قادر	غير مستعد
غير جدير	عديم القيمة
خاسر	متعب

عبارات خاصة بالعمل يستحسن تجنبها على الشبكة:

تأخير طويل	ربما في العام القادم
خارج عن سلطتي	لا تعتمد عليّ
ليس من شأني	لا شيء يحدث
لا تحضر الاجتماع على الشبكة	لا أحتاج إلى ملاحظاتك
لا أستحق هذا	تكنولوجيا قديمة
أنا لا أقرأ بريدك الإلكتروني بالمرّة	متعب جداً
أقرأ بريدك الإلكتروني مرة واحدة في الأسبوع	لا تستطيع
سأستقيل إذا استقلت	أنت تتوقع الكثير
لقد سئمت هذا	تحتاج للمزيد من التدريب
تأخير غير ممكن	أنت ضعيف الخبرة في فن المحادثة
ينبغي عليك	أسلوبك ضعيف في كتابة الإيميل
إنها ليست مسؤوليتي	أسلوبك في الكتابة من الدرجة السابعة
لا شيء يحدث	لا يمكن



ما هو الاجتماع الإلكتروني / E - Meeting :

هو اجتماع يعقد بين الموظفين والمدراء، وأحياناً العملاء، ورجال الصحافة، بالإضافة لأي شخص يستطيع دخول الكمبيوتر. ميزة هذا النوع من الاجتماعات هو أنها تعقد في غرف إلكترونية خاصة أو في غرف التشات لا في غرف الاجتماعات التقليدية، وبالتالي فإنها تسمح لأشخاص من مختلف بقاع الأرض بحضور الاجتماع دون الحاجة لبذل عناء السفر. وعن طريق هذه الوسيلة يمكن حضور مختلف الندوات الثقافية والمحاضرات العلمية والمؤتمرات العامة... الخ.

إن مثل هذا النوع من الاتصالات التي تجري في مجال العمل تحتاج لاختيار صحيح للمفردات والعبارات. وتتعدد الأمور أكثر عندما يكون الموضوع حساساً، ويكون عليك نقل رسالة ما دون جرح شعور المتلقي. ولا تنس أنك في الاجتماعات التي تتم عبر غرف المحادثة مضطر لإعطاء إجابات وردود سريعة على كل الأسئلة والتعليقات التي توجه إليك.

الوصايا العشر للاتصال عبر الشبكات في العمل:

ينبغي للاتصالات التي تجريها في مجال العمل أن:

١. تعكس مركزك في الشركة.
٢. بليغة وموجزة وسهلة القراءة ومفهومة في آن واحد.
٣. يكون طولها معقولاً، سواءً في غرف الحوار أو رسائل الإيميل.
٤. تخلو من الشرثرة والتعليقات المزعجة التي من الممكن أن تؤثر على مستقبلك المهني في الشركة.
٥. تتم في الوقت اللازم، أي أن ترد عليها في حينها دون تأجيل.



٦. تكون بعيدة عن المزاح والتهكم الذي قد يساء فهمه.
٧. تكون خالية من الأمور الشخصية الحساسة، أي على سبيل المثال لا تقوم بطرد موظف لديك عن طريق الإيميل.
٨. في حال حضور اجتماع على الشبكة Meeting-E، عليك التركيز جيداً حتى تستطيع الرد على كافة الاستفسارات والأسئلة التي توجه إليك.
٩. تكون خالية من عبارات التلاعب بالألفاظ وأيقونات المشاعر، لأن مكانها ببساطة ليس هنا.
١٠. توجه إلى الشخص أو الأشخاص المعنيين فقط.

طريقة الاتصال بالأشخاص الذين لا يجيدون

فن الاتصال الإلكتروني:

على الرغم من أن الحاسوب اخترق معظم مجالات العمل، إلا أن كثيراً من الأشخاص مازالوا يخشون أو لا يجيدون التعامل معه، وهم إما أولئك الأشخاص الذين لا يهتمون كثيراً بعملهم وبضرورة تطوير أنفسهم، وإما كبار السن الذين يجتنبون التعامل مع الكمبيوتر لأن سن تقاعدهم بات قريباً، أو بعض المدراء الذين مازالوا يصرون على أن تطبع لهم سكرتيراتهم البريد اللازم على رزمة أوراق.

كيف يمكننا مساعدة أولئك الأشخاص؟ إليكم بعض الاقتراحات:

- **حاولوا تفهمهم:** حاولوا اكتشاف أسباب رفضهم أو خوفهم من التعامل مع وسيلة الاتصال هذه، قد يكون لديهم أسباب مقنعة كخوفهم من أن تعيق المشاكل التي قد تعترضهم مع الحاسوب وتيرة عملهم وسير إنتاجهم. على كل حال، إن بعض الأنظمة المعقدة تساعد في عدم تشجيع أولئك الأشخاص على خوض التجربة.

- **تأكدوا من وجود عدد كاف من الحواسيب:** لقد ولى عهد اشتراك قسم أو فرع كامل بجهاز كومبيوتر واحد. ولكن مع ذلك قد نسمع عن اشتراك شخصين



في استخدام الجهاز نفسه. ينبغي تأمين جهاز كومبيوتر متصل بالشبكة لكل موظف من أجل زيادة الإنتاج والمحافظة على الخصوصية.

- **حددوا موعداً نهائياً:** يجب تحديد موعد نهائي يتم بعده تبادل جميع المراسلات إلكترونياً. ومن أجل إتمام ذلك، يعطى أولئك الأشخاص دروساً عملية في كيفية التعامل مع وسيلة الاتصال الجديدة.

- **اجعلوا كافة اتصالاتكم ومراسلاتكم تتم إلكترونياً:** وبهذا سيشعر الآخرون أنهم مستبعدون إذا لم يتعاملوا مع طريقة الاتصال الجديدة هذه.

أما في حال تعاملك مع أحد العملاء أو مع مديرك، عليك اتباع الطريقة التقليدية في الاتصال حتى لو أضاف هذا عبئاً جديداً عليك.

خمس خطوات لكتابة إيميل خاص بالعمل بالطريقة المثلى:

لا تختلف رسائل العمل المرسلة بالبريد الإلكتروني عن تلك المرسلة بالبريد العادي من حيث الأسلوب والصيغة، إلا أنها تختلف عنها في أمر واحد هو أن رسالة الإيميل يجب أن لا تكون محشوة بكلام زائد، لأن هذا الحشو سيضطر القارئ أو المتلقي إلى إهمالها عوضاً عن قراءتها. وينطبق هذا خاصة على الأشخاص الذين هم في موقع الإدارة والذين يتلقون مايزيد عن خمسمائة رسالة إيميل يومياً. يجب أن تكون الرسالة غير طويلة لدرجة إهمالها أو تأجيل قراءتها، وغير قصيرة جداً لدرجة تشعر القارئ بأنها غير ودية.

نقدم لك هنا خمس خطوات تساعدك على كتابة إيميل العمل على أكمل وجه:

١. **فكر جيداً إذا ما كان الإيميل هو أفضل وسيلة لاتصالك:** فإذا لم يكن الأمر كذلك، اختر وسيلة أخرى كالرسالة التقليدية أو الهاتف. أما إذا كان الإيميل هو الوسيلة الأنسب، فقم بالخطوات المذكورة أدناه.



٢. بعد ذكر التحية، قم بذكر فكرة رسالتك الرئيسية في السطر الأول لتلخيص محتوى رسالتك: فإذا لم يقرأ المستلم رسالتك بأكملها، سيقراً هذا السطر على الأقل، فإذا شدة موضوعها سيتابع قراءتها بالتأكد.

٣. اكتب في نص رسالتك شرحاً لفكرتك الرئيسية: إي ليكن نص رسالتك متعلقاً تماماً بالفكرة ولا يحيد عنها.

٤. انتبه إلى عدم تجاوز رسالتك الطول المقبول: إذا كان نص رسالتك يملأ الشاشة، فلابأس بهذا المقدار. ولكن بما أن استيعاب الشاشات يختلف من جهاز إلى آخر، احرص على ألا يزيد نص رسالتك عن ١٠٠ كلمة.

٥. لا تنس كتابة خاتمة: يمكن أن تحتوي الخاتمة ملخصاً للرسالة أو على طلب باتخاذ الإجراءات اللازمة أو على شكر... الخ. لكن طولها يجب ألا يتجاوز ثلاث جمل أو أربع. يمكنك وضع خط تحت الطلب الذي تكتبه في الخاتمة للتأكيد، كما في المثال التالي:

● **أطلب منك هذا الطلب الوحيد: الرجاء التأكد من تجهيز المحاسب للشيكات يوم الجمعة المقبل لدفعها إلى معمل الإسمنت ولا فإنهم لن يرسلوا لنا الكمية المتفق عليها يوم الاثنين المقبل - مما يعني تأخير البدء بالعمل عوضاً عن الإسراع به.**

بعد ذلك، قم بوضع العبارة التي تدل على توقيعك (مثال: شكراً، ساني)، وأعد قراءة رسالتك للتأكد من خلوها من الأخطاء الكتابية أو النحوية.

موضوع الخصوصية:

أقرت المحكمة العليا في الولايات المتحدة بحق الشركة أو المؤسسة التي تعمل بها بقراءة بريدك الإلكتروني كلما رغبت في ذلك. وينطبق هذا على المراسلات الصوتية عبر البريد الإلكتروني وعلى المكالمات الهاتفية أيضاً. كما يحق للشركة مراقبة ملفاتك لاستخدامها ضدك عند الاضطرار لذلك.



ما الذي يستدعي مراقبة ملفاتك أو اتصالاتك؟ هنالك عدة أسباب، من أهمها استخدام بعض الكلمات أو العبارات المشينة والخادشة، الأمر الذي يدفع بأمن النظام لإرسال نسخة عن هذا البريد أوتوماتيكياً إلى شرطة البريد الإلكتروني.

الحل الوحيد الأفضل أمامك في هذه الحالة للمحافظة على خصوصية مراسلاتك هو استخدام برنامج له شفرة خاصة، ولا تستخدم البرنامج المقدم إليك من الشركة. على كل حال، يستطيع رجال الأمن فك الرموز والشفرات المختلفة عند اللزوم.

مراسلة مديرك:

إن معظم الشركات، ومعظم المدراء، مضطرون هذه الأيام للتعامل مع البريد الإلكتروني، باستثناء الشركات الصغرى التي مازالت تتعامل مع البريد التقليدي. لذا من الضروري أن تطلع على بروتوكول أو أصول كتابة الموظف لإيميل العمل.

هنالك مبدئياً تسعة أنواع من المدراء والرؤساء والمشرفين والمسؤولين، يحتاج كل نوع منهم إلى طريقة خاصة في التعامل. هذه الأنواع هي:

١. المدير المعقول.
٢. المستبد.
٣. شديد الحرص.
٤. متصيد الأخطاء.
٥. الذي يلقي بالمسؤولية على غيره.
٦. الحالم.
٧. البطيء.
٨. البركان.

إليك هنا كيفية التعامل مع كل نموذج من المدراء.



المدير المعقول:

إنه أفضل الجميع. إنه منصف في أغلب الأحيان، ويحتفظ برباطة جأشه عند مواجهة المشاكل، وهو علاوة على ذلك مستعد للاعتراف بأخطائه. لذا من السهل أن تحب مثل هذا الشخص، بل من الممكن أن يصبح صديقاً لك مع مرور الوقت.

تأخذ المراسلات مع مثل هذه النوعية من المدراء طابعاً رسمياً في البداية، ثم تأخذ بعد فترة صيغة المراسلات البسيطة نوعاً ما إذا طالت مدة العمل مع المدير، وحفظ كل من المدير والموظف أسلوب الآخر. ينطبق هذا على المراسلات المتعلقة بنقل بعض المعلومات والتفاصيل إلى المدير وبرمجة المواعيد والاجتماعات وغيرها. أما الأمور الأكثر أهمية، فيجب أن تتم بصورة شخصية لا عن طريق الإيميل، إلا إذا كان أحدكما في رحلة عمل أو يعمل بعيداً على أرض المشروع أو ما شابهه.

المدير المستبد:

يمكن أن نجد مثل هذه الشخصيات في المنظمات والمؤسسات الكبرى، لأن معظم الإدارات العليا تخلط بين الاستبداد وحسن التدبير والتصرف. لا يمكنك سؤال مثل هذه الشخص عن أي شيء أو لفت نظره لأي أمر، لأنه يعتبر كلامه أوامر يجب تنفيذها وقراراته صائبة لا يمكن الرجوع فيها.

إذا اضطررت للعمل مع مثل هذه الشخصية، حاول أن توثق كل أمر أو طلب يأتيك منه، وتأكد من فهمك التام لذلك الطلب. وبهذه الطريقة فإنك تحمي نفسك عندما يرتكب هو أي خطأ يلفت الأنظار إليه.

إليك هنا بعض العبارات التي يمكن أن يستخدمها هذا النوع من المدراء:

١. من الأفضل لك أن...
٢. لا تجرؤ على...
٣. لقد خاب أمني بك كثيراً...
٤. عندما كنت { } كنت أفعل...
٥. إذا كنت لا تستطيع / لا تريد...



يجب المدراء المستبدون عادة أن يستعملوا عبارات وأكليشيوات خاصة قديمة يأخذونها من كتب الإدارة القديمة، حتى لو كانت غير ملائمة أو سخيفة أحياناً، لذا لا تستبعد سماعها.

نموذج رسالة ترسلها إلى مدير مستبد:

مرحباً سيد سعيد:

بناءً على اجتماعنا الذي تم اليوم، أود التأكيد من رغبتك في إرسال عشرة طلبات من أجل تسليمها يوم الإثنين المقبل. لقد أرسلت الطلب إلى الشركة وتأكدت من وصوله. ستكون البضاعة موجودة في المخازن قبل يومين من الموعد المطلوب. إذا أردت تغيير أي شيء، أرجو إعلامي بذلك قبل يوم الغد أي قبل شحن البضاعة.

المدير شديد الحرص (البخيل):

يوجد هذا النوع من المدراء عادة في مكانين: إما في الشركات الصغيرة التي يكون فيها المدير هو صاحب العمل، لذا تجده قلقاً دائماً من ازدياد المصاريف ومن انخفاض الأرباح، وإما في الشركات الكبرى حيث تتم الموازنة بين مصادر الدخل (أنت) وبين كلفة التجهيزات والمصاريف العامة - بما فيها ثمن القهوة التي توزع على المكاتب.

من العبارات التي قد تتكرر في مراسلات مثل هذه النوعية من المدراء:

١. توفير كل قرش...
٢. لا نستطيع تحمل كلفة كذا...
٣. هل لديك فكرة عن كلفة هذا...
٤. ستصرخ مديرة الحسابات عندما ترى هذه الأرقام...
٥. تعلم أنني أريد هذا تماماً كما تريده أنت، ولكن...



يكون هؤلاء المدراء عادة هادئين، لأنهم يقضون معظم أوقاتهم وهم يقلبون صفحات الإنترنت بحثاً عما من شأنه توفير المزيد من القروش. لذا فإن مراسلتهم ينبغي أن تكون على الشكل التالي تقريباً:

نموذج رسالة إلى مدير حريص:

سيد سعيد: بناءً على اجتماع اليوم، بحثت عن أسعار مفاتيح ألفا الكهربائية واستطعت - بعد الاتصال بعدد من البائعين - الحصول على السعر الأنسب بالإضافة إلى عرض تشجيعي وهو أننا إذا اشترينا كمية معينة من المفاتيح ودفعنا ثمنها خلال عشرة أيام سيخفضون لنا ١٢٪ من ثمن المفتاح.

الرجاء إعلامي بضرورة اتخاذ إجراءات الشراء إذا كان هذا العرض مناسباً بأسرع وقت كي نستفيد من عرض التخفيض المقدم لنا.

متصيد الأخطاء:

هذا النوع من الأشخاص هو الذي يجعلك تشعر بعدم الرضا تجاه كل ما تقوم به، إنك لن تستطيع أبداً إرضاء مثل هذا النوع من المدراء، ولكنك على الأقل تستطيع أن تحمي نفسك منه بطريقة اتصالك به، أحسب بحذر كل الخطوات التي تقوم بها عند تعاملك معه.

يستخدم متصيد الأخطاء عادة العبارات التالية:

١. لقد تأخرنا في تسليم المشروع. أتمنى لو كان بالإمكان فعل شيء أفضل من هذا.
٢. إليكم أليس، إنها نموذج الموظف الذي يعمل ليل نهار من أجل مصلحة الشركة. أتمنى لو يحذو الجميع حذوها.
٣. إن هذا وقت عصيب يمر على الشركة، وبدون بذل طاقاتكم القصوى قد نضطر لإغلاق بابها العام القادم. أنتم تعلمون كم أكره أن آخذ من وقتكم المخصص للأسرة والإجازة، ولكن...
٤. نستطيع القيام بهذا الأمر من دونك...



كما ذكرنا، من الصعب إرضاء هذا النوع من المدراء مهما فعلت ومهما بذلت من أجل إرضائه حتى لو قمت ببعض الأعمال الإضافية ومجاناً. لذا فإن أفضل طريقة تذكره فيها بمدى حرصك على العمل هي اتّباع الأسلوب التالي في مراسلاتك معه:

نموذج رسالة موجهة إلى مدير متصيد للأخطاء:

سيد سعيد:

لقد أنهيت حسابات المشروع في فترة عطلة نهاية الأسبوع. وأنا الآن أحاول أن أقسم العمل المتبقي الذي كان على هيفاء إنجازه على باقي موظفي القسم. إذا احتجت الاتصال بي في عطلة الأسبوع القادم، يمكنك الاتصال بي على الرقم ٥٥٥١٠١٩. لن أغانر المنزل في العطلة لأنني أريد أن أنهي ما تبقى من أعمال - حتى لو كنت أنت ستمضي عطلتك على شاطئ البحر، الرجاء ترك رقم هاتفك الخلوي في حال قررت السفر.

المدير الذي يلقي اللوم على الآخرين:

هو ذلك النوع من المدراء الذي يرفض تحمل مسؤولية أخطائه، إما بتجنب ذكرها وإما بإلقاء اللوم على الآخرين (على مدراء الأقسام الأخرى أو على الموظفين البسيطين لديه). لذا عليك أن تحمي نفسك جيداً عند العمل مع هذه النوعية من المدراء، وإلا فإنك معرض لخسارة عملك.

العبارات التي يمكن أن يستخدمها هذا المدير:

١. أعلم أنه لم يكن مشروعك، ولكني ظننت أنك ستستخدم حذسك لكشف هذه الأخطاء.

٢. إنها ليست غلطتي أنك لا تعرف ما يكفي كي يمكنك من كشف الأخطاء.

٣. لم أكن أملك أدنى فكرة عن كونك لا تستطيع...

٤. لا بد أن هنالك سياسة ما للخروج من هذه الأزمة...



من الصعب التعامل مع هذا النوع من المدراء، فإذا تلقيت اللوم منه على بعض الأشياء الصغيرة، يمكنك تجاهل الأمر. أما إذا كان ذلك سيعرض مستقبلك المهني للخطر فعليك اتخاذ ما يلزم من تدابير الحيطة، أفضل ما يمكنك عمله في هذه الحالة هو الاحتفاظ بالوثائق المتعلقة بعملك إضافة إلى الاحتفاظ بنسخ عن رسائل الإيميل التي يرسلها إليك كي تستخدمها عند الحاجة.

إذا وجدت أنه يوجه اللوم إليك على غلطة لم ترتكبها وقررت مواجهته، يجب أن يكون موقفك أو أسلوبك في المواجهة قوياً ولكن لطيفاً في الوقت نفسه. إذا اشتدت المواجهة، يستحسن أن تغادر المكان إذا أمكن أو أن تعتذر وتقترح تأجيل المواجهة لحين تهدأ النفوس.

نموذج عن رسالة موجهة إلى المدير الذي لا يحب تحمل مسؤولية الخطأ:

سيد سعيد: لقد أمضيت عطلة نهاية الأسبوع وأنا أدرس مشاكل مشروع ألفا، وقد وجدت، على عكس ما ورد في تقريرك، أنني قد قمت بالإجراءات الصحيحة اللازمة بناءً على التجربة التي أملكها. إنني أرغب، من أجل عملنا في المشروع المقبل، أن أعمل معك عن قرب أكثر كي أستفيد من خبراتك.

المدير الحالم:

إنه الشخص الذي كانت لديه رؤية خاصة من أجل الشركة، ولكنه فشل في تنفيذ هذه الرؤية بطريقة أو بأخرى. قد تحمل رسائل هذا النوع من المدراء العبارات التالي:

١. فكرتهم العظيمة الأخرى.
٢. الصورة الضخمة من وجهة نظرهم.
٣. يجب اعتماد أساليب جديدة في الإدارة.
٤. تقديم دراسات أولية عن أي مشروع.



في حال عملك مع مثل هذه الشخصية، عليك القيام بالأعمال التي يتوجب عليك القيام بها. لأن المدير الحالم يعتقد أن الوقت مازال كافياً لإجراء المزيد من الدراسات والأبحاث من أجل الوصول إلى أفكار جديدة.

نموذج رسالة موجهة إلى مدير حالم:

السيد سعيد: أظن أن فكرتك الجديدة المتعلقة بمشروع ألفا فكرة رائعة. للأسف فإن برنامج عملي اليومي مليء بالأعمال الهامة التي يتوجب علي إنجازها. لذا أعتقد أنه من الأفضل البحث عن شخص متفرغ يستطيع تنفيذ هذه الفكرة بالشكل الأفضل.

المدير البطيء:

هنالك نموذجان من هذه النوعية من المدراء. النموذج الأول يمثل المدراء الذين يعوزهم الذكاء الكافي، والنموذج الثاني يمثل المدراء الذين لا يستطيعون الإشراف والسيطرة على سير العمل بسبب نقص الخبرة الكافية لديهم أو بسبب كسلهم. ليس من الصعب التعامل مع كلا النموذجين، وتستطيع التعرف إلى مثل أولئك الأشخاص من خلال العبارات التالية التي قد يستخدمونها في مراسلاتهم عبر البريد الإلكتروني:

١. عمل رائع! يمكنك المتابعة (قد تصدر هذه العبارة عن شخص لا يعرف بالضبط ما العمل الذي تقوم به وكيف تقوم به).

٢. اشرح لي ثانية لم نحتاج لهذا.

٣. ألق نظرة على مشروع ألفا ثم أعطني تقريراً مفصلاً عنه.

٤. عليكم تنفيذ هذا العمل وحدكم دون الرجوع إليّ.

إن أفضل طريقة للتعامل مع مثل هذا المدير هي أن تقوم بعملك دون الرجوع إليه. والتعليم هو مفتاح النجاح في مثل هذه الحالة، علمٌ مديرك أو بالأحرى دربه على طريقة العمل التي تتبعها أو على أن يبقى بعيداً عن طريقك على الأقل.



نموذج رسالة إيميل موجهة إلى مدير بطيء التصرف:

السيد سعيد: كما تعلم، لقد اقترب موعد تقديم الموازنة الفصلية إلى المساهمين. إن مسؤولية إعداد الدراسة والمخططات اللازمة بالإضافة إلى أعمال الطباعة تقع على عاتق قسمنا، ونحن جميعاً مستعدون للبدء بالعمل. كل ما نحتاج إليه لبدء العمل هو أن تحصل لنا على الأرقام النهائية للموازنة من قسم الشؤون المالية قبل ١٢ حزيران، وستتكفل نحن بالباقي.

المدير الثائر كالبركان:

إن هذا النوع من المدراء هو أسوأهم على الأغلب. وهو يشترك مع المدير اللوام بأنه يعترض على كل شيء تقريباً ويلوم كل ما يقوم به الآخرون تقريباً، إلا أن طريقتهم في التعبير تكاد تكون مدمرة، لذا يتعلم من يعمل معهم تجنبهم لتفادي الدخول في مواجهة معهم.

يعتمد أسلوب هذا النوع من المدراء في كتابة رسائلهم على العبارات الآتية:

١. في كل الأيام التي مرت عليّ كمدير، لم أشاهد مثل هذا ...

٢. إن هذا كلام تافه ...

٣. لا تدعني أرى وجهك ثانية هنا حتى تقوم ...

٤. أنت أحمق جداً، لا أعرف من عينك في هذه الوظيفة.

٥. ما الذي يكلفه سير العمل بالطريقة الصحيحة هنا؟

إن الإيميل هو الوسيلة الأمثل للتعامل مع هذا المدير، لأنه يبعدك عن الاحتكاك به وجهاً لوجه ويجنبك التعرض لنوبات غضبه. وعند الأزمات، تجاهل غضبه وقدم له اقتراحاتك بشأن حل مشاكل العمل عبر الإيميل، ولا تتورط بالدخول معه في أي نقاش مباشر لأنك ستكون أنت الخاسر حتماً.



نموذج عن رسالة موجهة إلى مدير كالبركان:

سيد سعيد: لقد نظرت في المشكلة التي عرضتها صباح اليوم ووجدت طريقة لتسريع العمل في مشروع ألفا. في الحقيقة ما سأعرضه فيه بعض المخاطرة ولكننا مضطرون لهذا نظراً لضيق الوقت ولمعرفتي بمدى أهمية إنهاء المشروع في الوقت المحدد. إليك اقتراحتي مرفقة بجدول معدل لسير العمل...

مراسلة نظرائك في الخبرة:

إن الاتصال بمثل هؤلاء الأشخاص أسهل بكثير من الاتصال بقليلي الخبرة في هذا المجال. ويصنف هؤلاء الأشخاص إلى زمرة:

- الأشخاص الذين تعرفهم وتعمل معهم يومياً تقريباً.
 - الأشخاص الذين تعرفهم ولكنك لا تعمل معهم عن قرب.
 - الأشخاص الذين تعرفهم بالاسم فقط.
- وهنا أيضاً عليك الفصل بين أشخاص الزمرة المذكورة أعلاه وفقاً لطريقتهم بالتعامل مع غيرهم:

- أشخاص من السهل التعامل معهم.
- أشخاص يصعب التعامل معهم.
- أشخاص ضعيفي الخبرة وغير منتجين.

اختبر الماء قبل أن تقفز فيها:

عندما تستلم عملاً في مؤسسة ما، عليك أن تبقى اتصالاتك عبر الإيميل بباقي الموظفين رسمية نوعاً ما ولكن ودودة في الوقت نفسه، إلى أن تتعرف جيداً عليهم. واتبع الأسلوب نفسه في الاجتماعات التي تتم عبر الشبكة. وانتبه لعرض كل الملاحظات التي لديك على شكل اقتراحات لاعلى شكل انتقادات.



الأشخاص الذين تعرفهم وتعمل معهم بشكل يومي تقريباً:

ليس من الضروري أن يكون هؤلاء الأشخاص يعملون في مكتبك نفسه، إذ من الممكن أن يكون عمك معهم يتم عبر الهاتف أو عبر البريد الإلكتروني. إليك أدناه نماذج عن رسائل تكتبها لمثل أولئك الأشخاص وفق ما يتناسب مع طبيعة كل منهم:

١. **الأشخاص الذين يسهل التعامل معهم:** وهم الأشخاص الذين تترتاح بالعمل معهم بسبب جو المرح والمزاح الذي ينشأ بينكم حتى أثناء حل مشاكل العمل، ولأنك تستطيع الاعتماد عليهم عند الأزمات. تكون رسالة الإيميل التي تكتبها لمثل هؤلاء الأشخاص غير رسمية، كما لو أنك ترسلها إلى أصدقائك كما في النموذج التالي:

هيي ساني:

أين الجداول التي وعدت بتسليمي إياها بالأمس؟ لا تخبرني بأنك قد اختفيت مجدداً، أحضرها حالاً وإلا فإنك تعلم ما الذي يمكن أن أفعله. ما رأيك أن نتناول طعام الغداء الساعة ١١،٣٠ في مطعم مورفي؟

جون

إن مثل هذه الرسالة تدل على نوع من الألفة ورفع الكلفة بين المرسل والمرسل إليه، ومن الممكن أن يستخدمها تعبيراً واختصارات لا يفهما أحد غيرهما عند قراءته للرسالة.

٢. **أشخاص يصعب التعامل معهم:** وهم الموظفون القريبون منك في محيط العمل ولكنهم يحيلون حياتك إلى جحيم عند التعامل معهم. إن أفضل أسلوب للتعامل معهم هو الأسلوب الرسمي. قم بشرح كل ما تريده بالتفصيل كي لا يأخذوا على رسالتك أي مأخذ، وبهذا فإنك تحمي نفسك عند حدوث خطأ ما.



تستطيع (بل يجب عليك) أن تحسن علاقتك بمثل هؤلاء الأشخاص، ولكن إن وجدت أن هذا مستحيل، تقيّد عند مراسلتهم بأسلوب هذه الرسالة:

سيد ساني:

أود الاستعلام عن جداول ومخططات تجهيزات مشروع فوربين التي وافقت على تزويدي بها بالأمس. الرجاء إرسال تلك الجداول عن طريق الإيميل. إذا كانت لديك أية مشكلة بخصوص التجهيزات أو تحتاج لأية معلومات إضافية لإتمام الجداول، الرجاء إعلامي، إنني مضطر لتقديمها صباح الغد إلى مجلس الإدارة، لذا فإنني بحاجة للحصول عليها اليوم لتحضير ما سأقوله في الغد.

أعلم بأنك ستشعر بنوع من الضغط من أجل إتمامها بسرعة، لذا أستطيع أن أطلب من سكرتيرتي مساعدتك إذا احتجت لهذا.

أشرك ثانية على مساعدتك لي في هذه المهمة - جون كيلر، (رمز البريد الإلكتروني)

تعكس هذه الرسالة كما نرى نوعاً من التودد والدبلوماسية من المرسل إلى المرسل إليه لكن دون رفع الكلفة.

٣. الأشخاص ضعيفو الخبرة والإنتاج: من الممكن أن تجد مثل هؤلاء الأشخاص في الشركة التي تعمل بها، ولكن ما قد يعقد أسلوب التعامل معهم هو أنهم لطيفون وبسيطون بطبيعتهم. إن أفضل طريقة للتعامل معهم تكون بتشجيعهم والأخذ بيدهم خطوة بخطوة.

هاي ساني:

أنا مضطر لتحويل العمل على مشروع فوربين إليك. إننا غارقون هنا، وأنا بحاجة لمساعدتك. إليك ما أود منك القيام به: أريد منك الحصول على رخصة من



الممثل العسكري بمراجعة الطبعة الزرقاء (الرسم الميكانيكي) للقسم ب. يمكنك الاتصال به على الرقم ٥٦٤٥٥٥١٩٢٣. عليه فقط أن يطلع على المخططات ويعطي موافقته على التصميم. لقد أرسلت له نسخة ، ولكننا نريد توقيعه على النسخة الأصلية. تذكر أننا نريد الحصول على توقيعه قبل يوم الجمعة القادم. إذا واجهتك أية صعوبات اتصل بي على الفور! منزل: ٥٥٥٩٨٩٥، خلوي: ٥٥٥٨٩٦٥. اعتمادي عليك كبير في هذا!

جون... (رمز البريد الإلكتروني)

في هذه الرسالة شرح المرسل المهمة التي على المرسل إليه القيام بها بالتفصيل خطوة بخطوة، ودعم رسالته بعدد من أرقام الهواتف كي يستطيع المرسل إليه الرجوع إليها حتى لا يرتكب أي خطأ، أي أن المرسل يوجه الموظف المتدرب دون لفت نظره كي لا يثير حساسيته، لأن ذلك الموظف وإن كان ضعيف الخبرة إلا أنه ليس أحمق.

الأشخاص الذين تعرفهم ولكنك لا تتعامل معهم عن قرب:

١. الأشخاص الذين يسهل التعامل معهم: يمكنك عمل صداقات رائعة مع بعض الزملاء الذين لا تلتقي بهم ولكنك تتصل بهم يومياً بخصوص العمل عبر البريد الإلكتروني. من الممكن أن يجعلك الإيميل تطير وتتحدث مع أشخاص بعيدين عنك وأنت لا تزال في غرفتك.

نموذج عن رسالة إيميل إلى شخص لا تعرفه معرفة شخصية:

هاي ساني:

أنا بحاجة لاستلام الشرائط الشفافة يوم الغد. لن يأخذ منك الأمر أكثر من دقائق لإنتاج الشرائط، وقد أرفقت مع هذا الإيميل ملحقاً بطريقة إنتاجه في حال نسيت الطريقة.



أرجو أن تتمكن من تناول طعام الغداء معاً عندما تأتي في المرة القادمة إلى المقر الرئيسي للشركة. لقد اكتشفت مطعماً رائعاً يقدم السوتشي!

جون

تشبه هذه الرسالة في الأسلوب سابقتها المتبادلة بين أشخاص يعملون معاً عن قرب، إلا أنها تزيد عنها في ذكر بعض التفاصيل الضرورية لسير العمل بالشكل الصحيح طالما أن المرسل إليه ليس قريباً من المرسل كي يسأله عن تلك التفاصيل إن احتاج إليها.

٢. الأشخاص الذين يصعب التعامل معهم: إن هذه النوعية من الأشخاص تحتاج لمعاملة خاصة. إذا كان عليك التعامل معهم في مشروع حساس، يفضل أن تقدم إليهم خطة العمل ومن ثم تعمل معهم يداً بيد، حيث يكون الإيميل أقل فائدة في هذه الحالة.

أما فيما يتعلق بالنشاطات والمشاريع الأقل أهمية، إليك صيغة الأسلوب الذي يمكنك التعامل معهم من خلاله:

سيد ساني:

أشكرك سلفاً على إنهاء الجداول التي نحتاج إليها. أتأمل استلامها غداً على فرض قيامك بإرسالها عبر البريد السريع. إن هذا سيعطيني الوقت الكافي لتحضير ما سأقوله في اجتماع الساعة الرابعة من يوم الغد. إذا كان لديك أية أسئلة، يمكنك الاتصال بي أو إرسال إيميل.

شكراً مرة ثانية.

جون

إن هذه الرسالة تغطي النقاط التالية:



- ❖ تعلم المرسل إليه أن الجداول هامة جداً بالنسبة للعمل وأنتك بانتظار تسلمها .
- ❖ تشكر المتلقي سلفاً مما يجعل من الصعب عليه عدم القيام بالمهمة المطلوبة منه .
- ❖ إذا تقاعس المتلقي عن أداء المهمة الموكلة إليه، فإنك تكون بهذا الإيميل قد قمت بعمل اللازم لحثه على إتمام عمله، وبالتالي تكون قد رفعت عنك المسؤولية في حال عدم وصول الجداول .

٣. **الأشخاص قليلو الخبرة:** إن أفضل طريقة للتعامل مع هؤلاء الأشخاص هي الجمع بين رسائل الإيميل والمكالمات الهاتفية لتتأكد من سير العمل على الوجه الصحيح. يمكنك تقديم اقتراح لشخص من هذا النوع، بأن يقوم، قبل إتمام عمل ٢٠٠ جدول، بإرسال نموذج عن الجداول لتعرضه على اللجنة المسؤولة لتقرر العمل، حتى لو كانت هذه اللجنة هي أنت فقط.

الأشخاص الذين تعرفهم بالاسم فقط:

بما أنك لا تعرف هؤلاء الأشخاص، لا يمكنك افتراض طريقة الاتصال المثلى بهم. على كل حال، إذا اضطررت للاتصال بشخص من هذه النوعية بشأن أمر حساس، قم ببعض الاستفسارات عنه - قبل الاتصال به عبر البريد الإلكتروني - من مركز المعلومات الخاص بالشركة ومن التقارير السنوية أو من خلال بعض المعارف.

إن أفضل طريقة للاتصال بهذا الشخص تبدأ عن طريق الهاتف، حيث تقدم له نفسك وتطلب منه المساعدة التي تحتاجها منه. بعد ذلك، يمكنك الاتصال به عن طريق البريد الإلكتروني من أجل المزيد من التفاصيل المتعلقة بإنجاز العمل.

مراسلة مساعديك ومن يعملون لديك:

إن مراسلة مرؤوسيك قد يكون بنفس درجة حساسية مراسلة رؤسائك غير المصلحين بتكنولوجيا الكمبيوتر والاتصال عبر الشبكات. لماذا؟ إن معظم الموظفين



في هذه الأيام يحاولون أن يقرؤوا ما بين السطور. لتجنب هذه المشكلة تحتاج لأن تضع في اعتبارك أربع نقاط:

١. عليك قبل كل شيء أن تقرر هنا أيضاً إذا ما كان الاتصال بهم عن طريق البريد الإلكتروني هو أفضل وسيلة للاتصال.
٢. أكتب مسودة لرسالتك على الشبكة.
٣. فكر في الشخص الذي سترسل إليه الرسالة. كيف سيستقبلها وما هي أفضل طريقة للتعامل معه.
٤. أعد قراءة المسودة وقم بالتعديلات اللازمة عليها إذا لزم الأمر.

كيف تعزز علاقتك بمرؤوسيك:

في علاقتك مع مرؤوسك، ليس هناك أهم من جعله يشعر باحترامك له وبتميزه بالنسبة لك. إن مثل هذا الشعور يعطي نتائج إيجابية من عدة نواحي:

- أ - يخلق جواً من الألفة والصدقة.
- ب - يعطي نتائج أفضل في العمل.

نماذج عن رسائل إيميل مرسلة إلى مستخدمين:

كما أن هناك عدة نماذج من المدراء، كذلك فإنه يوجد عدة نماذج من المستخدمين أيضاً. لذا ينبغي أن تتاسب رسالة الإيميل التي تكتبها الشخص المرسلة إليه، إليك فيما يلي عدة نماذج عن رسائل إيميل مرسلة إلى أشخاص مختلفين.

١. إيميل مرسل إلى مستخدم سهل التعامل مع الآخرين:

هاي تومي: لقد تأخر هذا المشروع كما تعلم. هل لديك أية اقتراحات من الممكن أن نفيدها في إنهاء التنفيذ في الموعد المحدد؟ أنت تعلم أن مستقبلي في خطر، وأنت أفضل شخص يمكنني الاعتماد عليه لتجاوز هذه المشكلة.



٢. إيميل مرسل إلى مرؤوس سريع الانفعال:

مرحباً تومي: لقد تأخر المشروع كما تعلم. إننا نعلم أنك لست المسؤول عن هذا. لقد بذلت ما بوسعك لمصلحة سير العمل، لكنني الآن احتاج منك أن تفكر ملياً وترى إن كان بوسعك ابتكار حل يجعل بمقدورنا تنفيذ المشروع وفق الجدول الزمني المخطط له. إننا نعتمد عليك لإخراجنا من هذا المأزق الصعب.

٣. إيميل مرسل إلى مستخدم غير كفاء:

مرحباً تومي: إننا سنتأخر في تنفيذ المشروع علي أن أفعل شيئاً حيال هذا الأمر. إنني سأستعين بشخصين آخرين، وهذا ليس بسببك - لمساعدتنا في العمل. أرجو منك مساعدتهما في الحصول على المعلومات اللازمة لهما، على كل حال، أنت الخبير في هذا المشروع، ونحن نستعين بعدد إضافي من العمال لنستفيد من خبراتك ومن جهودهم كي ننجز العمل في حينه.

٤. إيميل مرسل إلى المستخدم الأفضل:

مرحباً تومي: لقد قمت بعمل رائع من أجل المشروع حتى الآن، ولكننا مضطرون لاستخدام عدد إضافي من العمال لتسهيل عملك. أرجو منك أن ترحب بمايكل وتينا - اللذين سيعملان على مساعدتك لإنجاز المشروع في حينه.

ورشة البريد الإلكتروني:

إن كتابة رسالة الإيميل بشكل متمكن تحتاج للممارسة. نعرض لكم هنا الخطوات التي ينبغي عليكم إتباعها للوصول إلى هذه النتيجة:

١. قرر إلى من تريد أن ترسل الرسالة الأصلية وإلى من تريد أن ترسل نسخة عنها.
٢. ضع عنواناً مناسباً لموضوع رسالتك.



٣. إذا كان موضوع الإيميل عاجلاً، يمكنك وضع كلمة «عاجل» في أعلى الإيميل إذا كان البرنامج الذي تستخدمه لديه هذه الميزة.

٤. أكتب جملة واحدة تختصر محتوى رسالتك، كما في المثال التالي:

سيتأخر تسليم مشروع أوميغا لأسبوعين. ما الذي يمكننا فعله لتفادي هذا التأخير؟

إذا كان لديك أكثر من فكرة تكتبها في الرسالة، يستحسن أن تكتب الفكرة الثانية في إيميل آخر.

٥. أكتب نص رسالتك بحيث يتوافق مع الفكرة الرئيسية التي كتبتها في سطر الموضوع. وحاول أن لا يزيد طول رسالتك عن مقدار شاشتين، كي يتمكن المتلقي من قراءتها.

٦. ضع جملة أو جملتين كخاتمة للرسالة، تذكر فيها غالباً ما الإجراء الذي تود أن يتم اتخاذه.

٧. اكتب اسمك ثم أرسل الرسالة، ولا تنس أن تحتفظ بنسخة لنفسك دائماً.

الوثائق الطويلة:

يستحسن أن ترسل الوثائق التي يزيد طولها عن ١٠٠٠ كلمة على شكل ملحقات، بهذه الطريقة تهيئ رسالة الإيميل القارئ لفكرة هذه الملحقات، حيث يمكنه طبعها لقراءتها عندما يجد الوقت المناسب. يمكن لبرنامج Adobe's PDF أن يساعده في هذا المجال، وكذلك برنامج ميكروسوفت وورد.

أساليب الاتصال حسب كل ظرف:

في الشركات الصغيرة، حيث الجميع يعرفون بعضهم البعض، تكون نبذة رسالة الإيميل شخصية نوعاً ما. أما في الشركات الكبيرة التي تضم مئات وأحياناً آلاف



الموظفين، تتفاوت نبرة الرسائل بين الرسمية أو الودية أو الشخصية... الخ، حسب العلاقة بين المرسل والمرسل إليه.

إليك هنا الأسلوب الأفضل الذي يناسب كل ظرف:

الأسلوب الرسمي:

عند اتصالك بمدير أحد الأقسام الأخرى، الذي - بالكاد - تعرفه، يستحسن أن تتبنى نبرة رسمية في رسالتك. وتفيد هذه النبرة أيضاً عند نقل الأنباء السيئة. تغطي الصيغة الرسمية النقاط التالية:

- ❖ تنقل المعلومات والاقتراحات والمعطيات فقط.
- ❖ تتجنب الأمور غير الرسمية ورفع الكلفة، لأن المتلقي قد لا يستسيغ هذا الأسلوب.
- ❖ لها صيغة الرسالة التقليدية تقريباً نفسها فيما يتعلق بالتحية، مع ذكر التاريخ.

نموذج رسالة مكتوبة بالصيغة الرسمية:

To: CNMolnarhd@aol.com

Subject: The Omega Code

2003.May 29

عزيزي السيد توم:

اسمح لي بأن أقدم نفسي إليك أولاً، أنا ساني بيكر، مهندس أدير تنفيذ مشروع أوميغا. أنا بحاجة لمساعدة فرعكم في عملي بخصوص الإشراف على مراقبة الجودة بالنسبة للتجهيزات التي ستسلم إلى الموقع في الأول من تشرين الثاني. لقد حددت، أنا ومجموعة عملي، الإجراءات الأولية الهامة ونحن بحاجة لمساعدة مجموعتك لنا لتنفيذ هذه الإجراءات. تحدثت مع مديرتي، السيدة ليزا



بيكر، فطلبت مني ترتيب موعد معكم لمناقشة هذا الأمر، الرجاء الاتصال بي لتحديد الوقت الذي يناسبكم. سأرسل لكم المعلومات والتفاصيل المتعلقة بالمشروع عن طريق البريد العادي للإطلاع.

المخلص،

ساني بيكر

رئيس المهندسين

مشروع أوميغا - هاتف: ٥٥٥٧٣٧٨

الأسلوب غير الرسمي:

يستخدم هذا الأسلوب مع الأشخاص الذين تتعامل معهم بالاسم الأول. وهنا يجب أن يكون المتلقي على معرفة بك وأن يكون متقبلاً أسلوبك هذا. تستطيع أيضاً استخدام هذا الأسلوب مع مديرك المباشر إذا كانت هناك بينكما علاقة عمل ودية. في هذه الصيغة، لست بحاجة لذكر معلومات تفصيلية، لأن الشخص الذي ترأسه يعرف على الأغلب الموضوع الذي تتحدث عنه.

نموذج رسالة مكتوبة بأسلوب غير رسمي:

To: CNMnaphd@aol.com

Subject: QC Procs on PO ?

هاي تشارلي:

أتمنى أن تكون رحلة الصيد التي قمت بها إلى بحيرة الجبل الأبيض موفقة، وأن تكون قد اصطدت لنا بضعة سمكات كبيرات.

أود إخبارك أن مشروع أوميغا قد اقترب من مرحلة الإنتاج وحن الوقت لتتكم عن إجراءات مراقبة الجودة التي علينا اتخاذها منذ الآن. لقد أرسلت لك (عبر



بريد الشركة العادي) إجراءات مراقبة الجودة الأولية التي اتفقت عليها مجموعتنا في اجتماع الأسبوع الماضي. أرجو منك إعلامي عن موعد عودتك. بالمناسبة، أنا لست مرتبطة بأية مواعيد في الأسبوع المقبل، ما رأيك بتناول طعام الغداء معي يوم الأربعاء؟

الأسلوب الذي يتحلى بالروح الجماعية:

استخدم هذا الأسلوب لإقناع الآخرين بما تقوله بطريقة ودية أو للتقرب من زملاء العمل. ينجح هذا الأسلوب تماماً مع الأشخاص الذين يتحلون بالروح نفسها. ولكن انتبه لعدم استخدامه مع الأشخاص المعروفين بالبرود والجفاء. إذا كنت لا تعرف شيئاً عن شخصية متلقي رسالتك، لا تجازف باستخدام هذا الأسلوب لأنه لا يخلو من المخاطرة.

نموذج رسالة مكتوبة بأسلوب روح الفريق:

To: CNMolnarphd@aol.com

Subject: Project Omega & QC Procedures

الموضوع: مشروع أوميغا وإجراءات مراقبة الجودة

سيد تشارلز:

أنا ساني بيكر، كبير المهندسين في مشروع أوميغا. لقد شارف المشروع على الانتهاء، وأعتقد أن الوقت قد حان للبدء بإجراءات مراقبة جودة الإنتاج التي هي بالطبع من مهام فرعكم. إن مجموعتي ترحب بالعمل مع فريق عملكم من أجل تنفيذ الإجراءات المطلوبة. لقد أرسلت لكم عبر بريد الشركة العادي اقتراحات مجموعتي بهذا الشأن. أرجو تحديد اجتماع بأسرع وقت ممكن لتبادل الآراء حول هذا الموضوع. قد يكون مشروع أوميغا من أكبر المشاريع التي نفذتها الشركة حتى الآن، لذا نحن بحاجة لمساعدتكم.

ساني بيكر

هاتف: ٥٥٥٧٣٧٨



الأسلوب الدفاعي:

يمكنك استخدام هذا الأسلوب عندما تناقش نقطة ما أو تجيب على رسالة سلبية نوعاً ما أو عندما تريد وضع الأمور في نصابها مباشرة. بهذا الأسلوب يمكنك توضيح القضية موضوع النقاش دون استخدام ردود عنيفة أو غاضبة. يمكن أن تكون صيغة هذا الأسلوب غير رسمية وبسيطة اعتماداً على مدى معرفتك بالشخص الذي تراسله. لأن اعتماد الأسلوب الرسمي قد يدل على شيء من الغضب أو العنف، حتى لو كنت تعرف المرسل إليه معرفة جيدة. لذا عليك ألا تنسى هذا الأمر عند إرسال رسالة بهذه الصيغة.

نموذج رسالة مكتوبة بأسلوب دفاعي:

To: CNMolnarphd@aol.com

Subject: Project Omega Issues

سيد تشارلز: استلمت رسالتك بخصوص مشاركة فريقكم في مشروع أوميغا. أود أن أقترح عليكم ابتداء العمل في أقرب وقت ممكن لكم قبل اقتراب شهر تشرين الثاني. وإليكم الأسباب الموجبة لهذا الطلب:

١. إذا بدأتم العمل في شهر تشرين الأول، لن يعطينا هذا الوقت الكافي لتعيين الأشخاص اللازمين للعمل والإجراءات اللازمة في هذا الخصوص في شهر تشرين الثاني.

٢. قد تقترح مجموعتكم إجراء بعض التعديلات وبهذا لن يكون لدينا الوقت الكافي لتنفيذها.

٣. إن مشروع أوميغا يعتبر في مقدمة مشاريع الشركة ومن المتوقع أن يعطي دخلاً جيداً في العام القادم. لذلك لا تريد أن نتعرض لأي تأخير من شأنه إعاقة الإنتاج.

الرجاء إعلامنا بقراركم و بخططكم من أجل دراسة إجراءات مراقبة الجودة.

ساني بيكر - كبير مهندسي مشروع أوميغا. هاتف: ٥٥٥٣٧٣٨



أسلوب رسائل تعميم أو نشر الأنباء:

يعتمد هذا الأسلوب عادة في الرسائل التي ترسل إلى عدد كبير من الأشخاص، أو إلى قسم أو فرع أو حتى إلى موظفي الشركة كلهم. ويستعمل في الرسائل التي يجب أن تنقل معلومات بأسرع وقت ممكن. يكون أسلوب هذا النوع من الرسائل غير شخصي بل يتميز بالتعميم أكثر من الرسائل المرسله من شخص إلى شخص.

يمكن أن يستخدم هذا الأسلوب لنقل الأخبار السيئة أحياناً، ولنقل التهاني أحياناً - كتهنئة شركة ما على عمل أنجزته بنجاح، وكذلك لنقل المعلومات الهامة والأوامر الإدارية بأسرع ما يمكن.

نموذج رسالة لتعميم خبر (أمر إداري):

إلى: كل الموظفين

الموضوع: تعليمات هامة بخصوص الميزانية

كما تعلمون جميعاً، كان دخل وأرباح الربع الأخير من الموازنة أقل بكثير من الربع الذي سبقه. ويمكنك تخيل مدى قلقنا، أنا وكل المساهمين، من هذا التراجع. لذلك نحن مضطرون لضغط المصاريف والنفقات ابتداءً من تاريخ اليوم. وبناءً عليه، فإن أي مبلغ سيصرف يزيد عن ١٠٠ دولار يحتاج لتوقيع نائب المدير لصرفه، وأي مبلغ يزيد عن ألف دولار يحتاج لتوقيعي ويجب أن يرفق بطلب يبين سبب المبلغ. أما المصاريف الجارية كصيانة البناء و مياه الشرب فهي مستثناة من هذا القرار.

أشكر لكم اهتمامكم.

ساني بيكر

مؤسسة بيكر وشركاه.



إن هذه الرسالة ليست موجهة إلى شخص بعينه، وإنما إلى جميع العاملين في الشركة من المدير العام. يمكن في هذه الحالة، أن يرسل المدير رسالة منفصلة إلى نائبه تأكيداً على أهمية الأمر وعلى المهمة الجديدة الموكلة إليه.

على أي حال، يجب ألا يزيد استخدام هذا النوع من الرسائل عن حده وإلا فإن المتلقي سيبدأ بإهمالها شيئاً فشيئاً.

رسائل الإيميل شديدة اللهجة (النارية):

عاجلاً أم آجلاً سيتلقى أحدهم رسالة كريهة من النوع الناري ذات العيار الثقيل في مجال العمل، ويسمى هذا النوع من الرسائل الرسائل النارية عبر البريد الإلكتروني flame mail. وبالطبع فإن هذه الرسائل تحمل في طيها عبارات مزعجة وقاسية بل ومؤلمة أحياناً. ولكن تذكر، أن هذه الرسائل يكتبها المرسل عادة في حالة الغضب الشديد. لذا من الضروري جداً ألا تردّ عليها بالأسلوب نفسه، بل يفضل أن تنتظر حتى تهدأ الأمور وعندها تستطيع تقويم الأمر بروية وهدوء دون انفعال.

عندما تتلقى رسالة نارية، اسأل نفسك الأسئلة التالية:

- ما الذي يقصده المدير فعلاً برسائلته هذه؟ هل هذا الشخص محق في غضبه أم أنه قد بالغ في الأمر؟ هل هذا الشخص غاضب منك أنت فعلاً أم أنه تصادف وجودك في المكان الخطأ في الوقت الخطأ أيضاً؟
 - لماذا أرسل المرسل هذه الرسالة؟ ما هو الداعي لإرسال هذه الرسالة بهذا الأسلوب؟ هل الشخص المرسل هو شخص حاد بطبعه أو محب لإثارة المشاكل أم أنه على حق فعلاً بسبب خطأ ارتكبه؟
 - هل أنت ضحية رسالة مبعوثة إلى عدة أشخاص؟ إذا كان الإيميل مرسلاً إلى عدة أطراف فهل أنت حقاً مقصود به أم لأن اسمك موجود على لائحة المرسل إليهم؟
- بعد أن تسأل نفسك هذه الأسئلة، يمكنك أن تقرر ما الذي عليك فعله. وهنا أمامك عدة خيارات:



- تكتب رسالة رد بأسلوب هادئ توضح فيها المسألة للمرسل إن كان على خطأ.
- تعتذر عن المشكلة التي تسببت بها أو كنت طرفاً فيها.
- تستشير المشرف على عملك من أجل أن تمر هذه المشكلة بسلام.
- تطلب عقد اجتماع أو مقابلة شخصية مع المدير لتوضح له الأمر.
- ترسل نسخة عن الإيميل إلى مرسله مع ملاحظة تذكّره فيها بأداب الاتصال عبر الشبكة.

نموذج عن رسالة شديدة اللهجة:

إلى: تشارلز ماير

الموضوع: حماقتك!!!

لا أستطيع أن أصدق أنك أفسدت الحسابات ثانية. لقد عملت مع أولئك الأشخاص لمدة أربع سنوات ولم ينزعجوا مني لمرة واحدة. وأنت بمجرد عملك في الحسابات لأسبوع واحد فقط، أفسدت الأمر كله، فقد انزعجوا كثيراً ويفكرون بالتعامل مع بائع آخر. ما الذي دهاك؟ هل أنت أحمق كما يبدو أم أنك تعمل على هذه الشاكلة؟ أنا مشمئز من العمل معك ثانية وأنصحك بأن تهين أوراق خبرتك وأوراق العمل الخاصة بك لأنك ستحتاجها قريباً في البحث عن عمل جديد.

ساني

إليك هنا نماذج عن رسائل للرد على المرسل:

- الرد بهدوء لإفهام المرسل أنك لست المسؤول وأنه قد أخطأ باتهامه لك:

سيد ساني:

أقر أن غضبك الذي سببته عليّ في رسالتك قد أزعجني للغاية. أولاً، أريدك أن تعلم أنه على الرغم من كوني فرداً من فريق الحسابات، إلا أن مسؤوليتي تبقى



محدودة وداخلية التأثير لأنني لست المسؤول الأول عن القسم. أنا مدرك لحجم المشكلة التي ذكرتها، لكنني لم أكن المتسبب بها ولم يكن باستطاعتي تحسين الأمر لتفاديها وفقاً لمركزي في الشركة. لقد اقترحت على توم، المسؤول عن قسم الحسابات، تحديد موعد لعقد اجتماع معك يحضره كل العاملين في قسم الحسابات لحل هذه المشكلة وتصحيح الحسابات. لذا فإنه سيتصل بك في هذا الخصوص. أراك في الاجتماع.

تشارلز.

يستحسن أن ترفق نسخة عن الرسالة النارية التي أرسلها المدير لتشعره بمدى قسوة وفظاظة أسلوبه فيها.

- رسالة اعتذار عن المشكلة التي تسببت أو كنت طرفاً في تسببها:

سيد ساني:

لا بد أن أقر لك بأن أسلوب رسالتك الغاضب قد أزعجني كثيراً. إلا أنني أولاً وقبل كل شيء أعترف بمسؤوليتي الكاملة عن المشكلة التي حدثت، فقد أخطأت التقدير ولكنني تعلمت من خطئي هذا، وأعدك بأنه لن يتكرر ثانية. وفيما يتعلق بحل مشكلة الحسابات، حددت موعد اجتماع مع مديري السيد توم والوكيل لنبحث فيما يمكن عمله بهذا الخصوص. بعد الاجتماع، سندعوه لتناول الغداء في مطعم مورلي. أتمنى أن تصلح هذه الخطوة من الأمور، وأن لا تتكرر مثل هذه المشكلة في الحسابات في المستقبل.

تشارلز.

أيضاً هنا من المستحسن أن ترفق نسخة من الرسالة الغاضبة التي وصلتكم.



- تتجاهل الرسالة لأن الرد عليها سيؤكد من صحة أو من أهمية محتواها:

إن عدم الرد على هذا النوع من الرسائل يعد بحد ذاته رداً عالي النبرة. إن عدم الرد سيدل المرسل على أن رسالته كانت مزعجة لدرجة جعلت المتلقي يعتبر وكأنها لم تصله. إن هذا الصمت من النوع الذي يدوي الآذان!

- التشاور مع المشرف المباشر على عملك لطلب نصيحته أو لطلب مساعدته في حل المشكلة:

ساني:

أولاً أحب أن أذكر لك مدى استيائي من لهجة رسالتك العنيفة. لقد حولت الأمر لرئيسي السيد توم، وطلبت منه أن يحدد لنا موعداً معك للعمل على حل هذه المشكلة.

تشارلز.

أرسل أيضاً في هذه الحالة نسخة عن الرسالة الغاضبة في نهاية رسالتك لتذكر مرسأها بها. في هذه الحالة قد يخشى المرسل جداً أن تكون رسالته تلك قد نشر فحواها بين الموظفين في الشركة. كما أنك بتصرفك هذا ستحصل على تأييد مديرك المباشر الذي سينبه مرسل الرسالة الغاضبة إلى إن مثل رسالته مكانها خارج نطاق العمل.

- الدعوة لعقد اجتماع مباشر أو عبر غرفة الحوار لحل المشكلة:

ساني:

أود أن أعبر لك أولاً عن مدى استيائي من رسالتك الغاضبة التي وصلتني. على كل حال دعنا نتفق على موعد لمناقشة هذا الأمر ومحاولة حل المشكلة. الرجاء



الاتصال بي عبر الإيميل لأنني سأكون خارج المدينة حتى نهاية الأسبوع. حتى نلتقي، أرجو منك أن تكتم مشاعر الحنق تجاهي حتى نستطيع تسوية هذه المسألة. تشارلز. ومثل الحالات السابقة، أرسل نسخة من الرسالة النارية التي وصلتك إلى مرسلها.

- إرسال نسخة من الرسالة النارية إلى كاتبها مع تذكيره بأداب الاتصال عبر الشبكة:

يمكنك استخدام هذه اللهجة مع مرؤوسيك ومساعديك ومن هم في مرتبتك نفسها. ليس من المستحسن أن تستخدم هذا الأسلوب مع مديرك أو من هم أعلى مرتبة منك في العمل، إلا إذا كنت تريد ترك العمل ولن تهتمك النتائج المترتبة على ذلك.

ساني:

لا بد أن أعبرك عن مدى استيائي الكبير من لهجتك في رسالتك الغاضبة. وأود أن أذكرك أن مثل هذا الأسلوب مكانه ليس في رسائل البريد الإلكتروني الخاص بالعمل. إذا كان لديك اعتراض على طريقة عملي أو على أي شيء آخر، عليك أن تركز على المشكلة نفسها، لا أن تعطي برأيك الشخصي بي أو موقفك مني. من جهتي سأجاهل هذه الرسالة حتى تهدأ وترسل بدلاً عنها رسالة تعبر فعلاً عن رأيك وموقفك الحقيقيين.

تشارلز.

لا تنس إرفاق الرسالة الغاضبة في نهاية رسالتك لتذكر المرسل بأسلوبه العنيف والمزعج بحقك.



إلباس الإيميل حلة رسمية:

من أجل إكساب رسالتك حلة رسمية عليك أن تستخدم اسمك الكامل مع ذكر مركزك الوظيفي. إن هذا الأسلوب سيعلم متلقي الرسالة أنك - على الأقل في هذه الرسالة- لا تود معاملته بصيغة الاسم الأول فقط (هذه الصيغة التي تدل على رفع الكلفة). إن هذا الأسلوب سيجمد العلاقة التي كان من الممكن لها أن تتطور، ويفهم الطرف الآخر أنك لم تعد ترغب برفع الكلفة معه.

التعامل مع الأسلوب الحاد للمهجة في غرف الحوار في مجال العمل:

من أسوأ المشاهد التي يمكن أن نشاهدها على الشبكة، هو عندما يوجه أحد الموظفين رسالة بلهجة حادة لأحد زملائه عبر غرفة الحوار. هنا يكون الخيار بأسلوب الرد محدوداً لأن الرسالة وجهت على مسمع من الجميع. إذا واجهتك مثل هذه المشكلة، لن يكون أمامك الوقت الكافي لتهدأ فأنت مضطر لإعطاء إجابات سريعة حيث إن الجميع ينتظرون.

ما الذي تستطيع فعله إذن؟ أمامك أحد الاختيارات التالية:

١. أن ترد مباشرة وتشرح أنك لست المسؤول عن المشكلة:

ساني: إن تعليقك غير مناسب هنا، لكنني أريدك أن تعرف أنه لا علاقة لي بالخطأ الذي وقع. لذا دعنا نتكلم في هذا الأمر لاحقاً خارج الشبكة.

٢. أجب واعتذر:

ساني: إن ملاحظتك غير ملائمة هنا، ولكنني مع هذا أعتذر عن الخطأ الذي ارتكبته وأعدك بعدم الوقوع فيه ثانية. وأعتقد أنه من الأفضل أن ننهي المسألة عند هذا الحد.



٣. تجاهل الملاحظة:

تظاهر وكأنك لم تر الملاحظة القاسية التي وجهت إليك بعدم الرد عليها، وعلى الأغلب فإن معظم الموجودين في الغرفة سيسارعون إلى تأييدك وتوجيه اللوم إلى صاحب الرسالة على أسلوبه الفظ، وقد يطلبون الخروج من غرفة الحوار.

٤. ذكر المرسل بآداب الحديث على الشبكة:

ولكن انتبه إلى كون هذه الطريقة غير ملائمة في حال تعاملك مع مديرك أو من هم أعلى منك.

ساني: إن ملاحظتك كانت غير ملائمة هنا. يبدو أنك بحاجة لمعرفة المزيد حول آداب الاتصال عبر الشبكات. لذا أنا مضطر لتجاهل أسلوبك العنيف الآن.

٥. أعلن أنك بحاجة للتحدث مع من أزعجك على انفراد وأنكما ستعودان

لمتابعة الحوار بعد قليل:

ساني: إن تعليقك كان غير ملائم هنا، دعنا نناقش الأمر خارج الشبكة لبعض الوقت. دعنا نلتق في غرفة حوار خاصة تدعى غرفة ساني- تشارلز. وسنعود بد دقيقة أو دقيقتين.

إذا تجاهل ذلك الشخص عرضك هذا، يمكنك في هذه الحالة متابعة الحوار أو مغادرة الغرفة. سيرى باقي الموجودين في الغرفة أنك قد حاولت حل النزاع لكن من أساء إليك تجاهل محاولتك، وسيحسبون في هذا الموقف نقطة لصالحك على أية حال.

٦. غادر الاجتماع الذي يتم عبر الشبكة:

ساني: إن ملاحظتك هذه غير ملائمة بالمرّة هنا. سأعتذر من باقي الموجودين لأنني مضطر للانسحاب من الاجتماع. لقد انزعجت جداً وغير قادر على المتابعة.



قل هذه الجملة ثم انسحب. في هذه الحالة تقوم معظم الأنظمة بإبلاغ باقي المشاركين أن تشارلز ماير قد غادر غرفة الحوار. إن هذا التصرف الذي يكون عادة غير لائق، سيضع الشخص الذي أساء إليك في وضع محرج إذ أنه سيواجه انتقادات جميع المشاركين في الاجتماع عبر غرفة الحوار على الأغلب.

عروض العمل على الشبكة:

يمكنك إيجاد ملايين عروض العمل على الشبكة، حيث تستطيع اختيار العرض الذي يناسبك منها. وبالمقابل يوجد عروض من طالبي العمل بفئاتهم المختلفة الذين يذكرون في عروضهم مؤهلاتهم وشهاداتهم العلمية وخبراتهم. إن هذه العروض تشبه نوعاً ما الإعلانات التجارية، التي تلاقي الكثير من البائعين والمشتريين، ولكن يبقى من الضروري التروي والتبحر في البحث لإيجاد الأفضل.

- للباحثين عن عمل:

إذا كنت تبحث عن عمل جديد، ستدهش من كم العروض الموجودة على الشبكة، إذ يوجد عدد كبير من المواقع ولوائح المراسلة بهذا الشأن، تتفاوت بين العروض المحلية والعالمية، التخصصية والعامّة، وقد تكون مجانية أحياناً. وعلى شبكة الويب هنالك صفحة خاصة بالشركات التي تعرض فرص عمل.

- العرض والطلب:

أثناء بحثك على شبكة الويب عن عمل بين عروض الشركات والمستخدمين التي لا حصر لها، يمكنك تقديم نبذة عن إمكانياتك ومؤهلاتك على عدة مواقع على هذه الشبكة بحيث يقرؤه من يبحث عن موظفين أو عمال. لذا، فإنك كلما عرضت هذه النبذة عن مؤهلاتك على مواقع أكثر، كلما زادت فرص اتصال عدد أكبر من أصحابي العمل، حتى إنك قد تتفاجأ من كم المتصلين.



- محلية العروض:

تقسم مواقع العمل عادة إلى ثلاثة أقسام:

١. عامة مع تحديد بسيط أو عدم تحديد مكان العمل أو نوعه.
٢. خاصة ببعض الأشخاص ذوي المؤهلات الخاصة.
٣. خاصة بأعمال في منطقة جغرافية معينة.

إن معظم الباحثين عن عمل يركزون على عروض العمل التي تطلب مؤهلات معينة في حقل معين وفي منطقة معينة. ويمكنك وضع إعلانك بطلب عمل في أي موقع يقبل ذلك، ولكن هذا سیتطلب منك جهداً إضافياً، كما أنه قد يثير دهشة بعض أصحاب العمل عندما يجدون عرضك في موقع لا يتناسب معه؛ كأن تعرض خبراتك كمهندس طيران في موقع خاص بالموسيقيين.

على كل حال، إن الأمر الذي يعنيننا هنا هو لفت نظرك إلى إمكانية العثور على عمل في بلد آخر أو مدينة أخرى ولكنك قد تستطيع ممارسة المطلوب منك دون الانتقال من مكانك في بعض الأحيان، إذ يكفي أن تستخدم خطوط البريد الإلكتروني للقيام بالعمل، ولا يكون عليك إلا السفر بين الحين الآخر إلى مقر الشركة. على سبيل المثال قد تعينك شركة مقرها في بوسطن وأنت في مكانك، لنقل في كاليفورنيا، لأنك تحقق ما تطلبه الشركة من مؤهلات وتستطيع القيام بالعمل المطلوب في بلدك نفسه ولا يبقى عليك إلا السفر إلى مقر الشركة الرئيسي بين الحين والآخر عند استدعائك.

استخدام صيغة pdf :

أولاً، عندما ترسل نبذة عن مؤهلاتك بصيغة pdf، انتبه إلى قياس الصفحة أو النبذة. عليك أولاً وقبل كل شيء حفظها بالشكل النهائي الذي يظهر على الشاشة لا على صفحة الطباعة. إن اعتماد قياس 70 dpi قد يكون ملائماً لشاشة المتلقي. أما



اعتماد قياساً أكبر (١٥٠ dpi وما فوق) يعطي ملفاً كبيراً ويحتاج لوقت أطول من أجل تحميله على شاشة المتلقي الأمر الذي قد يزعجه.

ثانياً، تجنب إطالة النبذة زيادة عن اللزوم. إن نبذة طولها خمس صفحات مليئة بالصور الملونة ستظهر أيضاً بشكل ملف.pdf ضخّم. سيتجنب معظم القراء في هذه الحالة تحميل ملفك لأنهم على الأغلب لا يملكون الوقت الكافي لذلك، علاوة على أنهم قد يفترضوا أن هنالك خلافاً ما في شخصيتك.

- إرسال السيرة الذاتية:

يمكنك إرسال نبذة كاملة ومفصلة عنك ولكن يجب أن تتبّه لطولها الذي يجب أن لا يشكل ملفاً ضخماً قد يتجنب القارئ تحميله على الشاشة. استخدم الصيغة التي يستطيع أصحاب العمل قراءتها.

إن برنامج ميكروسوفت وورد هو الصيغة العامة والشائعة لهذا الشأن، لأن معظم مستخدمي الكمبيوتر لديهم نسخة عن هذا البرنامج. استخدم صيغة RTF من هذا البرنامج التي تظهر في مربع حوار عندما تدخل إلى Save As. إن هذا يسمح لمستخدمي النسخ الأقدم من برنامج وورد بالإضافة إلى معالجي البرنامج بفتح وثيقتك كاملة وبصياغة مقبولة.

قد تكون أفضل صيغة في هذا المجال هي pdf format التي تسمح لك بحفظ نبذة مضغوطة بشكل أنيق وكاملة في الوقت نفسه مع كافة الصور. الجانب المهم هنا هو أنك تحتاج مدخل إلى برنامج (Adobe Acrobat) الذي يصمم أو يصوغ ملفات.pdf. إن ثمن هذا البرنامج مرتفع بعض الشيء، إذ يبلغ ٢٥٠ دولار وتستطيع الحصول عليه من موقع www.adobe.com ومن كل مواقع الطلبات التي تتم عبر بريد الشبكة، وتستطيع إدخال النبذة الخاصة بك باستخدام الرمز البريدي لكتابة PDF الخاص بأحد أصدقائك.



هنالك نقطة أخيرة نضيفها هنا، وهي أنه يمكنك استخدام أكثر من صيغة لكتابة سيرتك الشخصية حتى يختار المتلقي منها ما يتناسب مع جهازه.

- مواقع هامة خاصة بعروض العمل:

هناك آلاف المواقع التي تقدم فرص عمل، بعضها متخصص مثل www.colostate.edu/Depts/Entomology/jobs/jobs.html، وبعضها الآخر متنوع مثل www.monster.com و www.jobbankusa.com و www.ajb.dni.us. ويدعي بنك العمل الأمريكي America Job Bank (www.ajb.dni.us) أن لديه أكثر من /٢٥٠٠٠٠٠٠/ طلب توظيف، وأكثر من /١٣/ مليون فرصة عمل.

من أجل إيجاد عمل يناسبك، ابحث في فرص العمل المعروضة في مجال خبرتك، وإذا كان الموقع (مكان العمل) هام بالنسبة لك، ابحث في فرص العمل المعروضة في منطقتك أو مدينتك. قد تجد آلاف الفرص على برنامج AOL مثلاً ولكنها غير مناسبة لك، بينما قد تجد فرصاً أقل على موقع صغير خاص بمدينتك ويتناسب مع رغباتك.

- الرد على إعلان عمل:

عندما تود الرد على إعلان عمل، اقرأ الإعلان جيداً ومن ثم أعد قراءة التفاصيل المذكورة بعناية، سيذكر الإعلان على الأغلب الصيغة التي يجب أن تقدم بها طلب العمل بالإضافة إلى تفاصيل أخرى، قد يطلب منك بعضها أن ترسل فقط سيرتك الذاتية في رسالة إيميل. أما بعضها الآخر، خاصة تلك المتعلقة بالفنون والإعلام، فقد تطلب منك إرسال سيرتك الذاتية ولكن بتصميم خاص ملون.



أعط سيرتك الذاتية طابعاً خاصاً بك:

بما أنه أصبح من الممكن وصول سيرتك الذاتية إلى آلاف أصحاب العمل، عليك أن تتوقع أن طلبك الذي تتقدم به من أجل العمل سيواجه عشرات المئات من الطلبات المنافسة، لهذا السبب، عليك تعديل طلبك بما يتماشى مع فرصة العمل التي تتقدم إليها، ولتحقيق هذا، ننصحك بالحصول على كتاب أو كتابين في فن كتابة السيرة الذاتية و طلبات العمل.

- مقتنصو الفرص / Headhunters:

هنالك - كما تعلم - بعض الأشخاص الذين يقتنصون فرص إعلانات التوظيف ليربحوا منها، وتكون مهمتهم إيجادك لذلك على فرصة عمل شريطة أن يأخذوا منك أتعاباً مقابل ذلك، أو يأخذوا أحياناً أتعابهم من الشركة أو الجهة المعلنة عن الوظيفة؛ أي هم بمثابة وسطاء لذلك على عمل، وننصحك يتجنب النوع الأول منهم لأن ما يقومون به هو فقط ذلك على عناوين أو مواقع جهات توظيف مناسبة، الأمر الذي تستطيع إيجاده بنفسك.

عند تعاملك مع أحد هؤلاء الأشخاص، عليك أولاً أن تكون أميناً معه في ذكر الشركات والوسطاء الآخرين الذين تعاملت معهم من قبل. وانتبه إلى ضرورة شعورك بالراحة مع القناص أو الوسيط (HH) الذي تتعامل معه.

إذا لم يستطع الوسيط تأمين عمل لك خلال ٣٠ يوماً، أنه علاقتك به وابحث عن شخص آخر، ولكن حاول أن تقوم بذلك بطريقة ودية، قد يحدث أحياناً أن لا يستطيع الوسيط تأمين عمل لك خلال ٣٠ يوم ولكنه قد يعود للاتصال بك بعد أشهر وفي جعبته عدة فرص عمل ممتازة.



- فرص العمل الإضافي أو المؤقت:

إذا لم تكن تبحث عن عمل بدوام كامل، يمكنك الاتصال ببعض الوكالات لهذا الغرض، تقدم لك بعض المواقع فرص عمل بدوام جزئي تتنوع بين الأعمال اليدوية البسيطة والأعمال التي تحتاج لخبرة واحتراف.

يدفع عادة صاحب العمل إلى وكالة ما عن عمك الجزئي، بدورها تدفع لك الوكالة نصيبك وتأخذ نصيبها. هناك فرصة في تحول العمل المؤقت أو الجزئي إلى عمل دائم بعد فترة من الزمن، له راتب ثابت ومكافآت وعلاوات ثابتة، لذا عليك الاتصال بالشبكة لهذا الغرض لأنها تقدم لك فرصاً أفضل من تلك التي تقدمها الصفحات الصفراء التقليدية في هذا المجال، ومن أجل الحصول على عمل مؤقت براتب جيد، ننصحك الاتصال بأحد الوسطاء أو الاعتماد على أحد مواقع شبكة الويب المخصصة لهذا الأمر.

- صمت الحملان:

تكون - عادة - المنافسة حامية على الشبكة بين المتقدمين بطلبات عمل، فقد يحالف الحظ سريعاً من يملك المؤهلات العلمية المطلوبة والخبرة الجيدة، ولكن هناك آخرون ممن قد لا يحالف طلباتهم الحظ حتى لو اتصلوا بمواقع ووسطاء معتمدين.

كان من المتعارف سابقاً عليه أن يعرف كل متقدم بطلب وظيفة بنتيجة طلبه، سواء بالموافقة أم بالرفض. ولكن الحال تغير الآن نظراً لتغير كم وطريقة تقديم الطلبات. وما كان يعتبر في السابق من عدم اللباقة - أي تجاهل الرد على طلبك - أصبح أمراً عادياً هذه الأيام، لا يمكنك أن تلوم الجهة التي تتقدم إليها بطلب العمل إذا لم يردوا عليك لأنهم على الأغلب يتلقون مئات الطلبات عبر الشبكة يومياً، وبالطبع لن يكون بمقدورهم الرد على جميع المتقدمين.



- المزيد عنك:

عندما تتقدم بطلب عمل إلى وظيفة تم الإعلان عنها عبر الشبكة، قد ترغب أن ترسل معلومات حول نفسك أكثر من المعلومات الموجودة في سيرتك الذاتية. فقد ترغب مثلاً في إرسال بعض المعلومات الشخصية عنك بالإضافة إلى بعض الوثائق والصور بإنجازاتك السابقة، لتحقيق ذلك قم بتصميم موقع على شبكة الويب لطلب العمل، وحاول أن يكون هذا الموقع جذاباً ليدهش صاحب العمل، أما إذا تعذر عليك أمر تصميم موقع بنفسك، فيمكنك أن تستعين بخبرة أحد الأشخاص الجيدين في هذا المضمار.



orderikandi.com



الاتصال بالأصدقاء وأفراد الأسرة عبر الشبكة

معظم العائلات الأمريكية والكندية تغير مكان إقامتها بين الحين والآخر. فوفقاً لدراسة أجريت تحت إشراف معهد ماي فلور فان لاينز Mayflower Van Lines، ينتقل حوالي ٢٠ مليون أمريكي كل ثلاثة أشهر. وإذا استمر الحال على هذا المنوال، فيمكننا القول أن متوسط تنقل الشخص الأمريكي خلال حياته يبلغ حوالي ١٢ مرة.

إن هذا التنقل المتكرر ينعكس على أمور أخرى في الحياة. فلم يعد من الممكن أن يظل الأبناء في مكان العائلة نفسه وأن يرثوا مهنة أو مزرعة العائلة. كان الجوار في الماضي هم عبارة عن أصدقاء وأبناء عائلة واحدة يعيشون بالقرب من بعضهم البعض على مساحة لا تزيد عن ٢٠ ميل.

والآن، حلت شبكة الاتصال الخاصة بالعلاقات الشخصية محل تلك العلاقات القوية التي كانت سائدة في السابق، إن أتعس الناس هم أولئك الأشخاص الذين ليس لديهم أقرباء أو أصدقاء. لهذا السبب فإننا بحاجة للتواصل مع الآخرين، وقد قدمت وسائل الاتصال عبر الشبكات فرصة لا تضاهى لتحقيق ذلك الأمر.



اختبار ذاتي: اختبر مقدراتك بخصوص الاتصال بالأسرة والأصدقاء عبر الشبكة:

ليس المقصود من هذا الاختبار معرفة قدراتك في الاتصال عبر الشبكة، ولكن لتقويم مدى نجاح اتصالاتك بأقاربك والمقربين منك. ستتمكن من معرفة الجواب الصحيح بسهولة، لكن ليس هذا هو المطلوب. المطلوب أن تجيب بأمانة حتى لو كان جوابك ليس أفضل الاحتمالات. ونذكرك أن هذا ليس امتحاناً وإنما هو اختبار شخصي الهدف منه تطوير نفسك.

أسئلة الاختبار: صح خطأ

١. من السهل عليّ الاتصال بعائلي شخصياً أو بالهاتف.
٢. من السهل عليّ الاتصال بعائلي عبر الإيميل أو غرف الحوار.
٣. أتصل بمن حولي بنجاح عبر الشبكة.
٤. غالباً ما أوجّل الرد على رسائل الأهل.
٥. معظم أفراد عائلتي لديهم بريد إلكتروني ولكني لا أستخدمه.
٦. استخدم الإيميل مع معظم مراسلاتي.
٧. لديّ أصدقاء مراسلة عبر البريد الإلكتروني لم أقابلهم في حياتي.
٨. تجتمع عائلتي بشكل منتظم في غرف الحوار.
٩. أستعمل الإيميل عادة مع أفراد أسرتي أكثر من الهاتف.
١٠. أتلقى أكثر من خمس رسائل إيميل من أفراد العائلة أسبوعياً.
١١. لا أرسل رسائل بريد إلكتروني إلى أفراد عائلتي لأنني نادراً ما أتلقى الرد.



١٢. لا أعطي عنوان بريدي الإلكتروني لأي شخص، حتى
الأصدقاء وأفراد العائلة ..

.....

١٣. أبادل الصور مع أفراد عائلتي عبر الإيميل.

.....

١٤. لديّ كاميرا رقمية و/أو طابعة.

.....

١٥. أنظر في بريدي الإلكتروني يومياً بحثاً عن رسائل الأهل
والأصدقاء ..

.....

ضع علامة على كل إجابة بنعم وصفراً على كل إجابة بلا
ماعدا الأسئلة ٤-٥-١١-١٢ التي عليك أن تضع علامة على
كل إجابة من الإجابتين. إذا حصلت على مجموع أقل من
عشر نقاط، فهذا يعني أنك بحاجة لإغناء علاقتك
بأصدقائك وأقربائك عبر البريد الإلكتروني.

كلمات يمكنك استخدامها مع الأصدقاء والأقرباء عبر الشبكة:

صلة	صديق	علاقة	رابطة
جمال	سعيد	يرضي	رائع
أوتار القلب	معاً	يبني	يساعد
حب	حرارة	راحة	اتصال
ولاء	إخلاص	مشاعر	عناق

عبارات يمكنك استخدامها عند مراسلة الأهل والأصدقاء:

لنمض بعض الوقت معاً	لا تكن بعيداً كالغريب عني
اجتماع العائلة	شجرة العائلة
المال لا يشتري الحب	بيتي هو بيتكم



أشعر بالوحدة
لدينا أشياء عامة مشتركة
أصدقاء إلى الأبد
الدم لا يصبح ماءً
أتذكر دائماً عندما كنا...
أنتم دائماً معي بروحكم لا بجسدمكم
أفكر بكم
هنالك شيء لا أستطيع البوح
به لشخص آخر غيرك
أنت أفضل صديق لدي
من الرائع أن أشاركك في...
في العالم

كلمات تجنب استعمالها في مراسلاتك مع المقربين:

ألم	إزعاج	أناني
مشغول	أكره	بلا قلب
مزعج	غير جذاب	غير ودود
ممل	غريب	لا يفتخر
تجاهل	أحمق	سخيف
بارد	بعيد	كئيب

عبارات تجنب استخدامها في مراسلاتك مع المقربين:

ذوق سيئ	من غير الممكن على الإطلاق
ابتعد عن طريقي	اخرج من حياتي
ذلك اقتراح أخرق	لقد غيرت رقم هاتفي/عنواني



لا علاقة للصدقة بهذا	ليس لدي عائلة
لا نريدك معنا في فريقنا	لست بحاجة إليك
لا أريد أن أسمع منك	تجاهلها، هنالك خلل في تفكيرها
أنت تفترض صداقة غير موجودة	دعني وحدي
أصدقائي لا يحبونك	أنت غريب (الأطوار) جداً

الشبكة الإلكترونية:

لحسن الحظ، لقد ساعدتنا التطورات التي حدثت في تكنولوجيا الإلكترونيات على إبقاء الحبل الذي يصلنا بالأهل والأقارب وثيقاً. شكراً لآلة توجيه الرسائل بالبرق وشكراً للهاتف، والآن شكراً للإنترنت، الذي سهل علينا إقامة علاقات وصداقات جديدة. حتى لقد أصبح من الممكن التواصل من جديد من أقارب وأصدقاء انقطعت صلتنا بهم منذ زمن. والرائع في الأمر، أنه يمكنك مراسلة هؤلاء الأشخاص أو التحدث معهم مباشرة عبر التشات لساعات طويلة بكلفة بالكاد يمكن أن تذكر نظراً للقيمة المعنوية التي تقابلها ومقارنة بفواتير الهاتف الضخمة.

بناء شبكتك الخاصة:

من السهل عليك جمع عناوين الأصدقاء والأقارب البريدية للاتصال بهم، ولكن يبقى أولئك الأشخاص - كبار السن عادة - الذين يرفضون التعامل مع الكمبيوتر، أو المتعصبين لاستخدام الوسائل التقليدية البعيدة عن تعقيدات التكنولوجيا. ومع ذلك، يمكنك أن ترسل نسخاً عن رسائلك إلى هؤلاء الأشخاص إذا رغبت في ذلك (هنالك جهات تقدم لك خدمة طباعة وإرسال الإيميل بالطريقة التقليدية).

حالما تقوم بعمل قائمة الاتصال الخاصة بك وتباشر بتبادل الرسائل عبر البريد الإلكتروني، تبرز أمامك ضرورة تصميم موقع خاص بالرسائل التي ترغب



بإرسالها إلى أكثر من شخص بانتظام. يمكن أن يكون هذا الموقع بمثابة إذاعة إيميل لإعلان الأحداث الهامة في حياتك ولنقل أحدث المستجدات إلى أصدقائك وأقاربك.

قد يضطر الأشخاص الذين لديهم عائلة كبيرة أو عدد كبير من الأصدقاء أن يقسموهم في مجموعات يرسلون إليهم معلومات مختلفة لا المعلومات نفسها، كل حسب مدى صلته بالأمر أو بالمعلومات.

عند إرسالك رسالة نقل أخبار عامة، لا تتوقع الرد عليها من الجميع. سيرد عليك البعض، خاصة أولئك الأشخاص الذين لم تسمع منهم أخباراً منذ مدة من الزمن. أما الآخرون فسينتظرون حتى تأتيهم منك أنباء يعرفون أن ردهم عليها يهملك أو حتى يصبح لديهم بعض الأخبار التي يودون إطلاعك عليها (أي يحبون التعامل بطريقة الواحدة بواحدة).

العثور على مفقودين بواسطة الشبكة:

نذكرك أولاً أن معظم الأمريكيين والكنديين لديهم رموز بريدية خاصة بهم عبر الإنترنت. ومع تزايد عدد مستخدمي الاتصال بالبريد الإلكتروني، أصبحت شبكة الويب (شبكة العنكبوت) هي الحل الأمثل لتحديد أمكنة بعض الأقارب أو الأصدقاء الضائعين.

عند البحث عن عزيز فقدت الاتصال به، حاول أولاً البحث بواسطة أساليب البحث الرئيسية أو عبر خدمة AOL. إذا لم تصل إلى نتيجة، حاول اعتماد أكثر من وسيلة ولا تنس الاتصال بكل من يمكن أن يساعدك في هذا الشأن.



نموذج عن رسالة بحث غير مزعجة:

مرحباً، اسمي جون ويلز وأنا أبحث عن صديقتي في المدرسة الثانوية مورين ويفر. لقد وجدت اسمك وأنا أبحث عنك على الإنترنت وتساءلت ما إذا كنت أنت الشخص نفسه الذي أبحث عنه. إذا كنت أنت فعلاً مورين ويفر، دعيني أذكرك ببعض المعلومات عني. لقد كنت أحد لاعبي فريق مدرسة ويلدون الثانوية لكرة القدم، وكنا معاً في المدرسة من عام ١٩٩٥ لغاية عام ١٩٩٨. كما أننا حضرنا حفل المدرسة الراقص معاً. لقد فقدت الاتصال بك منذ انتقالك إلى كاليفورنيا.

أنا أعيش اليوم في مدينة بالتيمور، وأصبح عندي طفلان، ولكنني قد انفصلت عن زوجتي. إنني بشوق لسماع أي شيء عنك.

إذا كنت شخصاً آخر غير مورين التي أقصدها، أرجو منك أن تعذريني على إزعاجي لك وبالطبع أنت لست مضطرة للرد على رسالتي هذه. أما إذا كنت مورين بعينها، أرجو أن تكتبي لي. وإذا كنت لا ترغبين بالاتصال بي لأي سبب من الأسباب، أرجو منك أن تعلميني بهذا بكتابة ملاحظة قصيرة بهذا الشأن وسأحترم إرادتك.

بانتظار سماع خبر منك «موري»، جون ويلز «الكبير»

إن البحث عن فرد من أفراد العائلة يحتاج لنبرة مختلفة عن نبرة الرسالة السابقة، وإن كان هناك تشابه في الأسلوب والمضمون.

نموذج عن رسالة بحث عن قريب:

مرحباً، اسمي جيمس كاري وأنا أبحث عن ابنة شقيقي ليندا كاري. لقد وجدت اسمك وأنا أبحث عنه عن طريق الإنترنت وشعرت أن هنالك تشابهاً



بينكما، بل إنك قد تكونين هي بالفعل. إذا كنت أنت فعلاً ليندا التي أقصدها، ستعرفين حتماً أننا نشأنا معاً في سياتل وأبواك هما مارشال و ماري. لقد كنتم تعيشون في سياتل في الطرف الآخر من البحيرة، وقد كانت لنا أيام حلوة معاً أمضيناها في اكتشاف الأجراس والغابات القريبة.

أود الاتصال بك لنسترجع ذكريات الطفولة معاً، ولأدعوك إلى حضور اجتماع العائلة الكبير العام القادم.

إذا لم تكوني أنت فعلاً ليندا التي قصدتها، فإنني أعتذر منك. أما إذا كنت فعلاً ليندا ابنة شقيقي، أرجوك اكتبي لي بأسرع ما يمكن. إذا لم تعودي راغبة بالاتصال بي لسبب من الأسباب، اكتبي لي ملاحظة قصيرة بهذا الخصوص، وتأكدي أنني سأفهم الأمر.

بانتظار سماع أي خبر من طرفك!

جيمس

المزيد حول وسائل البحث:

قد لا تفيدك كل الوسائل أو البرامج في بعض الأحيان. إن برنامج AOL على سبيل المثال لن يظهر اسمك حتى تقوم بتصميم صفحة خاصة بهذا. وكذلك الأمر مع الأشخاص الذين يستخدمون أسماءً مستعارة لا أسماءهم الحقيقية. في مثل هذه الحالات يمكنك اعتماد طرق أخرى للوصول إلى من تبحث عنهم، قد تكون مجانية أو مقابل بعض الأتعاب. من هذه الطرق:

- البحث في لوائح العضوية: أفضلها لوائح خدمات الاتصال الكبرى مثل ياهو أو أي موقع ضخيم يؤمن خدمات إيميل مجانية.

- البحث في الإنترنت اعتماداً على بعض المعلومات: فبعض الأسماء التي تتغير بعد الزواج قد تقتل الباحث عن أصحابها، ولكن إن أمكن العثور على أي قريب أو صلة وصل بالشخص المفقود تصبح الفرصة أكبر بإيجاده.



- البحث في مواقع الشبكة من نوع الصفحات الصفراء: أكثر ما يشبه هذا الأمر المرور على كل دفاتر الهاتف الموجودة في أمريكا بسرعة البرق.
- استند في بحثك على نقطة معينة كمهنة أو عمل ما: إن التبحر في إحدى مؤسسات الاتصال عبر الشبكات مثل Amazon.com لا بد أن يفيدك في هذا المجال. ويكون عليك إرسال رسالة بحث عبر هذه المؤسسة وهي ستقوم بإرسالها بالنيابة عنك حرصاً على عدم إفشاء أو إعطاء أية معلومات شخصية مباشرة.
- قم باستعمال وسائل خاصة في بحثك: حاول استخدام عبارة «البحث عن أشخاص/finding people» أو غيرها من العبارات الكثيرة في هذا الخصوص والتي لا مكان لذكرها الآن.
- اعتمد على مؤسسات خبيرة في مجال البحث عن مفقودين: يمكن لبعض المؤسسات أن تقدم لك خدمات إضافية أفضل في هذا المجال ولكن مقابل أتعابٍ معينة. ولكن عليك تقديم معلومات صحيحة وحديثة قدر الإمكان عن الشخص المفقود لتسهيل مهمتهم.
- اعتمد على مؤسسات متخصصة في البحث عن مفقودين مقابل أتعاب كبيرة: هذه المؤسسات تتقاضى مبالغ أكبر من المؤسسات السابقة ولكنها بالمقابل تبحث لك عن الشخص المفقود حتى ولو كان لا يستخدم الإنترنت. ويمكن أن يضمن لك بعضهم نجاح عملية البحث بنسبة معينة. لذا انتبه جيداً لنسبة ونوعية الخدمات المقدمة من تلك المؤسسات ومدى ضمان نجاحها قبل الإقدام على التعامل معها.



هل يتوجب عليك دفع المال من أجل العثور على صديق:

قد تحتار بين الإعلانات التي قد تظهر على شاشة الكومبيوتر أمامك سواء في برامج خدمات الاتصال أو على شبكة الويب والتي تعرض أن تبحث لك عن صديق أو قريب مفقود. إن معظمها نقدم لك خدمة واحدة مجانية، ألا وهي إلقاء نظرة سريعة على أكثر منافذ الحصول على معلومات سهولة. أما إذا أردت أية خدمة إضافية، فإن هذا سيكلفك. وتختلف الكلفة بحسب مدى صعوبة البحث، قد يكون هناك أكثر من سعر، إذ إنَّ الكلفة تزيد في حال عدم توصلك إلى نتيجة في عملية البحث الأولية ورغبتك في إعادة البحث باستخدام وسائل إضافية، هل يستحق الأمر دفع هذه المصاريف؟ يمكن أن تكون الإجابة نعم، ولكن قبل دفع أي مبلغ، حاول أن تقوم أنت بالبحث بنفسك أولاً على الشبكة، لأن النتائج قد تدهشك وبالمجان.

جمع رسائل البريد الإلكتروني المتعلقة بالعائلة والأصدقاء:

إن إرسال إيميل واحد إلى عدة أفراد من الأقرباء والأصدقاء تضمهم في مجموعة واحدة لن يكون بالمهمة الصعبة عليك. يمكنك في مثل هذا الإيميل أن تقول ما يحلو لك دون أن تقلق كثيراً بشأن الأخطاء اللغوية أو بشأن طول أو قصر الرسالة، إذ ليس من المطلوب أن تكون رسالتك مثالية هنا كما هو الحال مع رسائل العمل، وبالمقابل، فإن متلقي رسالتك سيفرحون بها وسيردون عليها بالأسلوب نفسه. قد تصادف هنا كثيراً من الرسائل التي تحمل أخطاءً مطبعية (قد يكون سببها استخدام المرسل لإصبعين فقط في طباعة الرسالة على لوحة المفاتيح أو قد يكون مصاباً بالتهاب مفاصل في يديه) أو نحوية أو إنشائية (وفقاً لدرجة تعلم المرسل ووفقاً للغته الأم ولهجته المحلية) فهل هذا حقاً يهم؟ أم أن الذي يهمك هو سماع أخبار ذلك الشخص مهما كان أسلوب أو صيغة رسالته؟



- البدء في كتابة الرسالة:

إن الكتابة إلى صديق أو قريب سهلة نسبياً، ولكن قبل أن تبدأ بالكتابة اسأل نفسك الأسئلة التالية:

ماذا كتبت في رسائلي أو في اتصالاتي السابقة؟

بالتأكيد لا يريد أحد استلام المعلومة أو الخبر نفسه مرتين. إذا مضى بعض الوقت قبل أن ترسل أحدهم ثانية، فتش في بريدك السابق المحفوظ واقرأ آخر رسالة بعثتها إليه كي لا تعيد كتابة خبر ما قد تكون قد ذكرته في رسالتك السابقة، كخبر ترقيتك الذي تم قبل أشهر على سبيل المثال (إذا لم تكن قد فعلت ميزة حفظ البريد أوتوماتيكياً، تذكر أن تقوم بتشغيلها الآن).

ماهي الأخبار الهامة بالنسبة لهذا الشخص؟

إن قريبتك التي تعيش في قرية منعزلة بسبب ولعها بفكرة العودة إلى الطبيعة، لن يسرها كثيراً خبر توصيل جهاز التلفزيون لديك بالأقمار الاصطناعية (على الرغم من أنها تملك حاسوباً وجهاز هاتف) أو خبر شرائك فيديو خاص بالألعاب من أجل الأولاد.

هل يعرف المرسل إليه الأشخاص أو الأحداث التي نتحدث عنها؟

قد تكون سعيداً لخبر زواج إحدى قريباتك ودعوتك إلى حضور حفلة زفافها، ولكن هذا لا يعني أن تتقل هذا الخبر إلى أحد أصدقائك بعد فترة انقطاع عن مراسلته إذا كان لا يعرف قريبتك تلك ولا يهتمه أمر سماع أخبار حفلات الزفاف التي تحضرها.



هل من المستحسن إرسال هذا الإيميل إلى العائلة كلها عبر alias؟

إذا أردت إرسال خبر إلى شخص ما ثم تذكرت أن أمر هذا الخبر يهم جميع أفراد عائلته، قم بإرسال رسالة الإيميل هذه عبر العنوان أو الرمز الذي يحمل اسم العائلة (family alias) الذي سيرسل الرسالة إليهم جميعاً.

بعد قيامك بالخطوات السابقة، ابدأ بترتيب أفكارك في قائمة على شاكلة النموذج التالي لرسالة تبعثها إلى شقيقك على سبيل المثال:

١. ترقيتي في عملي حديثاً.
٢. كيف واجهنا العاصفة القوية التي ضربت المدينة مؤخراً.
٣. مدى اشتياقي لجذتي وتفكيري الدائم فيها.
٤. اعتقادي بأنه سيمضي إجازته هذا العام مع العائلة.
٥. نظراً للدفع النسبي لهذا الشتاء، خطتي من أجل زراعة الحديقة بالبندورة.
٦. التلميح إلى آخر رسالة إيميل استلمتها منه والاعتذار عن تأخري في الرد.

حالما أنهيت هذه الخطوة، يمكنك المباشرة بكتابة رسالتك مع بعض التوسع في الأفكار الرئيسية. مبدئياً، يمكنك الكتابة بأية صيغة تشاء دون الالتفات إلى طول الرسالة أو سلامتها اللغوية.

نموذج رسالة موجهة إلى الوالدين:

هاي ماما، هاي بابا،

أعتذر لتأخري في الكتابة ولكنني أضطر للبقاء حتى وقت متأخر في المكتب بسبب ضغط العمل هذه الأيام. لاشيء جديد، الروتين اليومي نفسه؛ أعود مساءً إلى المنزل وأطعم الأولاد، بعدها أتابع شيئاً مملاً على الأغلب على شاشة التلفزيون ثم أذهب إلى الفراش. لم أعد أسمع أي خبر عن جون منذ انفصالنا، ولكن محاميه عرض عليّ تسوية سلمية ومعقولة للأمر. كل ما يقلقني هو ما



يفكر به الأولاد حول هذا الأمر. أعرف أن تقبله صعب عليهم، وأشعر بالذنب لعدم تفضيتي وقتاً أكبر معهم في البيت. يبدو أن جيري يمر بوقت صعب نظراً لأنه لا يستوعب أين يمكن لوالده أن يكون.

أمل بالحصول على نفقة لي وللأولاد، وبذلك أستطيع أن أخفف من ساعات عملي خاصة وأن مديري، السيد جونز لا يعارض هذه الفكرة لأنني سأتابع إنجاز أعمالي في المنزل عبر الكمبيوتر وأنا بالقرب من أولادي. سأستعمل برنامج كومبيوتر جديد يطلق صوت رنة «بيب» كلما وصلتني رسالة حيث سيكون جهازي موصولاً بشبكة الاتصال وبذلك يبقى الهاتف غير مشغول بالمكالمات الخاصة بالعمل.

المشاقة لكم، جين

نموذج رسالة إيميل متبادلة بين شابين صغيرين:

هاي جينفر،

ادخلي إلى موقع MP3.com وقومي بتحميل أغاني فريق Sad Lovers and Gian'ts release فهي رائعة وأنا مندهش من موسيقى الشريط الرهيبة. لقد اشتريت الشريط لأسمعه في كل مكان، مع أنه متوفر مجاناً على الكمبيوتر. لا أفهم كيف أن هذه الفرقة ذات الشعبية الكبيرة في بريطانيا لم تنتشر بعد بما فيه الكفاية هنا، لأن أغانيها لا تذاق إلا في محطة واحدة فقط. اشتريت أيضاً سي دي (قرصاً ليزرياً) خاصاً بالألعاب وهو يناسب جهاز ماكنتوش الذي لدي. وأقوم بتوفير بعض المال لإجراء تحديث للجهاز لأنه لا يستطيع استيعاب مقدار كبير من الموسيقى. على كل حال أريدك أن تفكر في هذا الموضوع وأن تعطني رأيك فيه.



نموذج لدعوة رسمية مرسلة بواسطة الإيميل:

عزيزتي جينفر،

سررت جداً عندما تلقيت رسالتك عبر البريد الإلكتروني، ولكنني أفتقد كثيراً لخطك الجميل. أكتب لك اليوم بالنيابة عن جمعية مرضى الزهايمر المحلية. لقد قررنا إقامة حفلة خيرية من أجل دعم صندوق الجمعية في ١٢ أيلول الساعة السابعة مساءً. سيتم في الحفلة عمل مزاد على ٩٠ نسخة من لوحات دالي تبرعت بهم إحدى الجهات للجمعية. سيكون اللباس رسمياً، وسيتضمن العشاء سبعة أصناف من الطعام يقوم بإعدادها طباخ من جنوب فرنسا. الرجاء إعلامنا بمشاركاتكم قبل موعد أقصاه ٣١ آب. نتظر تشريفكم.

ديانا كيلر

جمعية مرضى الزهايمر الخيرية في بالم بيتش.

نموذج رسالة بين شابين راشدين:

لقد استلمت عملاً جديداً بدوام كامل في وكالة تقع في مركز المدينة. العمل صعب والدوام طويل إلا أنني بدأت بالعودة على ذلك. اليوم فقط تسلمت مكتبي وجهاز الكمبيوتر الخاص بي، ولكنني مازلت أنتظر أن يتم توصيل خط هاتف إلى المكتب.

تطل نافذة مكتبي على شارع مزدحم مليء بالأبنية الضخمة. أما إذا أدرت وجهي يساراً، أستطيع أن أرى جزءاً من الجبال.

أنا وجيم مازلنا نشكل «مادة» على طريقة صحف التابلويد. أعد لي بالأمس عشاءً لذيذاً، وقد تأخرت عن الموعد ساعة واحدة فقط! (فتاة سيئة!).



لقد أضعفت كيفية الاتصال بمجموعتي لأنني لم أعد أستطيع حضور الاجتماع المسائي بسبب عودتي في وقت متأخر. أفتقدهم جداً. البارحة اجتمعت بمجموعة مسائية التقتي في الكنيسة المجاورة من منزلي. يبدو أفرادها لطيفين لكنهم ليسوا كمجموعتي السابقة.

مع حبي، جانيس

إذا أردت الإجابة على أسئلة وردتك في إيميل سابق، يمكنك أن تقوم بذلك كما لو كنت تقوم بالرد على رسالة ورقية تقليدية، أو يمكنك أخذ مقاطع منها كما ورد ذكره في الفصل السابق. إن الاستشهاد بمقاطع في رسالتك يعتبر أداة فعالة لأنها تعش ذاكرة الطرفين بالنسبة للمواضيع المطروحة. ولكن طريقة الاستشهاد في الرسائل الشخصية يختلف عما هو الحال مع رسائل العمل، لأن الرسائل الشخصية تحمل طابعاً حراً بعض الشيء بالنسبة لصياغتها.

كي تأخذ مقتطفات من رسالة ما، اتبع الخطوات التالية:

- حدد ما إذا كنت تريد ذكر الرسالة كلها أم جزءاً منها.
- اضغط على مربع «رد / Reply» الذي يظهر في برنامج الإيميل لديك، وعندها تظهر الرسالة التي تريد الاستشهاد بها بالصيغة التي تحدثنا عنها سابقاً.
- أُلغ أجزاء الرسالة التي لا تحتاج إلى رد وأنت تكتب.

نموذج رد على رسالة مع الاستشهاد بمقاطع منها:

هاي جين،

< سرني أن أسمع منك، أعتذر عن تأخري في الرد ولكن ترقيتي
< في العمل (نعم، أخيراً تم ذلك) جعلني مشغولة جداً في الفترة الماضية.
< كان الشتاء دافئاً نسبياً هنا في دنقر هذا العام. حتى أن معظم



< الثلوج قد ذابت خلال ساعة على الأكثر، وقد ارتحنا من عملية
< إزالتها بالرفش.

لقد كان شتاؤنا دافئاً أيضاً هنا. مرت بعض الأيام المحملة بالرياح الباردة.
وقد حل الربيع باكراً هذا العام، ولكن قصة ذوبان الجليد في غرينلاندا،
يجعلني قلقة من موضوع ارتفاع حرارة الأرض.

< تحدثت مع الوالدة الأسبوع الماضي. يبدو أن مشكلتها مع الألم في < قدمها
أخذة في التحسن. أتمنى لو أنها لم تكن عنيدة بشأن
< موضوع تناول الأدوية.

لا أعتقد أن بإمكاننا أن نفعل شيئاً حياًل هذا. إنها عنيدة جداً
وعلينا تقبل ذلك. تحدثت أنا أيضاً معها قبل حوالي أسبوعين وقد أخبرتني
أنها تعلمت كيف تتجاهل المرض. لا أعرف بالتأكيد مدى صحة قولها هذا.
< ربما نستطيع الاجتماع كلنا في منزل الوالدة في عطلة العام القادم.

نعم، يبدو أنه يتوجب علينا أن نفعل ذلك. سأبلغ ديانا حتى تهين
نفسها لهذا هي الأخرى. كم سيكون اجتماعنا رائعاً. سنتعاون كلنا في إعداد
الطعام، وقد تهين لنا الوالدة طعام الفطور مما قد
يشعرها بالنشاط وبأنها مازالت تسيطر على أمور المطبخ وأنها
تستطيع الاعتناء بضيوفها.

لدي بعض الفراغ الآن وسأستغله في تنظيف الحديقة من
الحشائش وقلب التربة. من الغريب حقاً كيف ينمو العشب حتى
في الشتاء. سلمي على جيم بالنيابة عني.

مع حبي --- أليس

يمكنك أن تضيف أية مرفقات مع رسالتك، كإضافة صور أو عناوين لمواقع على
شبكة الويب (URLs)، أو أي خبر ترغب في اقتطاعه من إحدى صحف الإنترنت.
والآن، أعد قراءة رسالتك ثم أرسلها.



رسائل خاصة بنشر الأخبار:

تختلف رسائل نشر الأنباء عن الرسائل العادية بعض الشيء. وتحتوي الرسالة التي من هذا النوع عادة على خبر هام (نوعاً ما) لمجموعة معينة من الأصدقاء أو أفراد الأسرة. وتحمل هذه الرسائل على الأغلب أخباراً سارة أحياناً وغير سارة أحياناً أخرى كخبر دخول أحدهم إلى المستشفى أو ما شابه ذلك (ولكن حاذر أن تخبر بوفاة أحدهم عبر رسالة كهذه).

يمكن أن تكون هذه الرسائل طويلة أو قصيرة حسب الأخبار التي تنقلها. وعادة حتى الأشخاص المنغلقيين على أنفسهم أو الأشخاص الذين لا يتلقون رسائل إيميل كثيرة يحبون هذا النوع من الرسائل.

التقيّد بالهدف من كتابة رسالة إذاعة نبأ:

عند قيامك بإعادة قراءة رسالتك بحثاً عن أي خطأ، تأكد من كونها لا تحمل أية معلومات أو نبأ غير مناسب إلى أي من المتلقين. إذا كنت تخبر أفراد العائلة عن أمر يهمهم، لا يمكنك أن تذكر نبأ يخص شخصاً واحداً من بينهم، لأنك ستزعج الآخرين بهذا، علاوة على أنهم لن يلبثوا أن يكفوا عن متابعة قراءة الرسالة. قم بإرسال أي خبر شخصي إلى الشخص المعني بهذا الخبر برسالة إيميل خاصة به.

يندرج ضمن هذا النوع من الرسائل، الرسائل التي تنقل لك النكات. قد تضحك للأمر في البدء، لكن سرعان ما ستجد مئات النكات المكررة أو السخيفة وغير المضحكة موجودة في صندوق بريدك. ونظراً لأن مرسلي هذه النكات يحملون نوايا طيبة تجاهك، سيكون من الصعب عليك إخبارهم أنك لا تريد سماع نكاتهم. وهنا، يكون عليك إما أن تحجب النكات الواردة عن برنامجك أو أن ترسل ملاحظة لطيفة إلى المرسل تطلب منه شطب اسمك من قائمة الاتصال الخاصة به.



العلاقات الدافئة والباردة عبر الشبكة:

حتى بين الأصدقاء وأفراد العائلة، تتغير نبرة الحديث من مرسل إلى آخر فبعضهم قد يستطيع في رسالته سبر مشاعر الآخرين أو تحريكها وبعضهم يجد في كتابة الرسائل متعة وأفضل طريقة لتمضية الوقت، أما البعض الآخر، فإن كتابة رسالة بالنسبة له تعد مشكلة كبيرة. يرجع هذا الاختلاف إلى عدة أسباب:

- قد يكون المرسل يستخدم بريد العمل الإلكتروني لإرسال رسائله الخاصة، وبالتالي فإنه يخشى قراءة الآخرين (الموظفين) لرسائله.

- نقص الخبرة والمهارة الجيدة في أسلوب الكتابة. إذا كنت تعرف شخصاً يعاني من هذه المشكلة، عليك أن تتصحه بقراءة هذا الكتاب.

- ضغط العمل وكثرة المسؤوليات. بعض الأشخاص يكونون مشغولين دائماً، وكتابة رسالة قد يأخذ من وقتهم الكثير. قد تظن أن هذا الشخص لا يهتم بك، ولكن لم لا تجرب الاتصال به بالهاتف قبل الحكم عليه.

- اختلاف طبيعة الأشخاص بين عاطفيين ومتحفظين. فبعض الأشخاص يعبرون عن عواطفهم بشكل صريح ولا يستطيعون إخفاءها، وبعضهم الآخر تجده متحفظاً بطبعه ولا يحب البوح بعواطفه وأسراره على الملأ.

- مدى قرب الشخص أو بعده عن الذي يرأسله. قد يجد بعض الأشخاص أنهم غير مضطرين للرد على شخص أرسل لهم رسالة طولها يزيد عن عشرين صفحة برسالة من صفحة أو صفحتين، لأنهم ببساطة لا يشعرون بأي رابط يربطهم بذلك الشخص.

لا تتسرع بالحكم إذا لم تتلق رداً من أحدهم بأنه لا يريد مراسلتك. أعط ذلك الشخص فرصة، فإذا لم يردك منه أي خبر بعد بضعة أسابيع، أرسل له نسخة عن إيميلك السابق مع تعليق من هذا القبيل:



عزيزي، لم أتلق منك أي رد على رسالتي السابقة. سأفترض أنك إما مشغول جداً أو أن تلك الرسالة لم تصلك، لذا لقد قمت بإعادة إرسالها أدناه على أمل السماع منك قريباً.

جيم



orderikandi.com



الرومانسية عبر الشبكة

إذا كنت تعاني من الوحدة، أو كانت لديك مشكلة في التواصل مع الشريك المناسب، يقدم لك هذا الفصل فرصة للالتقاء بشخص مناسب في المكان الذي تجتمع فيه التكنولوجيا مع الرومانسية: شبكة البريد الإلكتروني.

اختبار ذاتي حول مقدرتك على التواصل بأسلوب روماني:

مرة ثانية نذكر القارئ هنا أن هذا الاختبار ليس بمثابة امتحان وإنما هو محاولة لتقويم مقدراتك ومدى نجاح أسلوبك في التواصل مع من تحب بنجاح.

أستئلة الاختبار	صح	خطأ
١. أتواصل بنجاح مع الغير عبر الشبكة.
٢. أكتب رسائل الإيميل دون أي مجهود يذكر.
٣. أستعمل الإيميل باستمرار لأنني أجده وسيلة سهلة.
٤. أشعر بالراحة في أجواء غرف الحوار.
٥. لا أشعر بأي مشكلة في مناقشة أموري الشخصية على الشبكة.



٦. لدي أصدقاء مراسلة لم ألتق بهم في الواقع.
٧. لا أعاني في رسائلي من قول ما أريده أو أعنيه فعلاً.
٨. أشعر بمتعة في التجول هنا وهناك على الشبكة.
٩. أحتفظ بأسماء وعناوين من ألتقي بهم على الشبكة في دفتر هاتف إلكتروني.
١٠. أعرف كيف أبحث عبر الشبكة لانتقاء أفضل الكلمات.
١١. أعرف ماذا أقول عندما يرسل لي أحدهم رسالة فورية.
١٢. أستطيع أن أعطي رسائلي الخاصة طابعاً شخصياً يختلف عن رسائل العمل.
١٣. لدى جهازي إمكانية الاتصال السريع (أفضل من ٥٦ K bps).
١٤. أستعمل اسماً مختلفاً في غرف الحوار.
١٥. إن موقعي الخاص موجود على الموقع العام والشبكة التي أستخدمها.
١٦. أقوم بتغيير تصميم موقعي باستمرار لأعكس التغييرات الحاصلة في حياتي.
١٧. على الشبكة أحمي عنواني الفعلي والمعلومات الشخصية الحميمة.
١٨. لا أشعر بمشكلة في مراسلة أو التحدث مع أشخاص ليسوا بمثل كفاءتي.
١٩. لا أشعر بمشكلة في مراسلة أو التحدث مع من هم أفضل مني في الأسلوب.
٢٠. أنا سريع في التعامل مع «لوحة المفاتيح».
٢١. في غرف الحوار، أشعر بالراحة في المشاركة بأي حديث.
٢٢. في غرف الحوار لا أشعر بمشكلة عندما يدور الحديث عني.
٢٣. أعتبر دخول غرف الحوار أمراً ترفيهياً تماماً مثل حضور فيلم سينمائي.



٢٤. أستخدم شبكة الويب العالمية من أجل العمل و/أو التسلية.
٢٥. أشعر براحة وبتمكن من استخدام شبكة الويب.
أعط نفسك علامة على كل إجابة «صح» و«صفر» على كل
إجابة «خطأ».

إذا حصلت على ١٨ علامة وما فوق أنت مستخدم جيد للشبكة وتستطيع
التواصل مع الغير بحميمية.

إذا حصلت على ١٧ علامة وما دون، أنت لست بارعاً في الاتصالات
الرومانسية ويلزمك قراءة هذا الفصل.

كلمات معبرة يمكنك استخدامها لإعطاء أسلوبك صبغة رومانسية:

إعجاب - انجذاب - أمل - جذاب - اهتمام - حلو - لطيف - حب - محب -
مكرس - عاطفة - عاطفي - ولع - ثمين - دافئ - همس - ولاء... وغيرها.

عبارات تستطيع استخدامها في هذا الخصوص:

أفكر بك - هذا يعطيني الدفء والأمان - عاطفتي - مشاعري - عالي -
أفتقدك - وقت لا يقدر بثمن - عندما سأكون بقربك - عندما سنكون معاً - أنت
رائع (رائعة) - إن كلماتك... - إن مكانك... وغيرها.

كلمات تجنب استعمالها في رسالة رومانسية:

عديم الإحساس - بارد - مخادع - أحرق - بلا فائدة - غير قادر - مثير
للشفقة - عنيد - قاس - بدون تفكير - لا قيمة له - كاذب... وغيرها من
الكلمات المشابهة.



عبارات تجنب استخدامها في رسالة عاطفية:

لا يمكن المرة - أنا لا أستحق هذا - ليست مشكلتي - لا شيء مشترك
يجمعنا - أنت لا تقدرني أنت عديم الإحساس... وغيرها.

الانطباع الأول:

كما يحدث عادة في أي موعد، قد يدوم الانطباع الأول أو التأثير الذي تتركه لفترة طويلة. إليكم هذه النصيحة التي تساعدكم في ترك أثر جيد في نفس الشخص الآخر:

للرجل: كن واضحاً مباشراً ولا تتظاهر أنه بإمكانك إعالة عائلة مؤلفة من أربعين شخص مثلاً.

للمرأة: أعطي أوصافك الصحيحة.

«ولكن...» قد تقولين أو تقول «ماذا إذا لم يعجبه شكلي أو لم يعجبها حسابي المصرفي؟» حسناً، إليكم هذه النصيحة الأخرى - إذا كان شريكك المستقبلي المحتمل يبحث عن الشكل فقط أو إذا كانت شريكك المحتملة تبحث عن المال فقط، ابحثا عن شريكين أفضل وأكثر نضجاً. لأن الشكل قد يذبل بمرور الوقت والمال قد يذهب، وأنت لا تريد شريكاً يذهب بمجرد ذهابهما.

هل العلاقة العاطفية عبر بريد الشبكة تناسبك:

نشأ هذا النوع من العلاقات منذ أن ربط المودم بين أجهزة الكمبيوتر. والآن مع وجود ملايين الأشخاص على شبكات الاتصال، فإن نسبة كبيرة منهم أصبح لديهم علاقات عاطفية جدية تربطهم بأصدقاء مراسلة. وهناك عدد كبير من المتفرغين الذين يمضون لياليهم (وأيامهم) أمام أجهزة الكمبيوتر بحثاً عن روميو أو جوليت.



حفل الشبكات التنكري:

إن الأشخاص الذين يحبون أن يمضوا جل وقتهم في غرف الحوار هم إما أنهم لا يملكون: أ- حياة خاصة بهم، ب- فرصة معقولة للالتقاء بشخص حميم بطريقة مباشرة وشخصية.

عليك الانتباه والحذر قبل الإقدام على إي علاقة من هذا النوع مع شخص لا تعرفه في الحقيقة. فقد نشرت إحدى الصحف مؤخراً مقالاً حول الإنترنت، كشفت فيه عن امرأة تبلغ من العمر ٥٤ عاماً، كانت تغير جنسها وعمرها في غرف الحوار من أجل التحدث بألفاظ ومواضيع خارجة وبذيئة. لذا نكررها عليك ثانية: كن حذراً!

إن البحث عن علاقة عاطفية على الإنترنت ينطوي على مغامرة كبيرة تماماً مثل ما تنطوي عليه أي علاقة بالطريقة التقليدية. إنك تتعامل بهذه الطريقة مع كتلة مجهولة على أنها توأم روحك.

على كل حال إن مثل هذه العلاقات، عبر الإيميل أو التشات، قد تنتهي بأسرع مما هي عليه لو كانت عبر الهاتف، لأنك قد تقول شيئاً ما عبر الشبكة يضغط على وتر ما مسبباً انتهاء العلاقة حتى قبل أن تكتشف أنت هذا.

كما أنه من الممكن أن تختلف سرعة وإمكانيات جهازك عن جهاز رفيقتك، وهنا نذكرك أن أي تأخر أو بطء في الرد قد يعيق أو يحبط نبذة الحديث الفياض بالمشاعر والأحاسيس.

القيام بخطوات بسيطة:

قد يكون الاجتماع الأول لا يزيد عن كونه مجرد حديث عادي أو أكثر بقليل، ومن ثم قد يتطور، أو لا يتطور، إلى مراسلة فورية متبادلة بين الطرفين، أما الخطوة الثانية، فهي الإيميل. تعطيك الرسائل مساحة أكبر لتعبر فيها عن نفسك ولتعرف من خلالها على الطرف الآخر في الوقت نفسه، كما يمكنك هنا ذكر أو إضافة كل ما نسيت ذكره أثناء التشات.



استبعاد لغة الكمبيوتر من الرسائل العاطفية:

كما لاحظت من قوائم الكلمات التي يمكنك استعمالها في هذه المراسلات، لم ترد أية كلمة من مصطلحات الكمبيوتر، لأنه لا مكان للتكنولوجيا في لغة الحب بالذات، إذا استخدمت تعابير خاصة من تعابير الكمبيوتر فإنك سرعان ما ستخسر اهتمام المحبوب وانجذابه إليك، إلا إذا كان محبوبك مبرمج كومبيوتر أو مهندساً. إن عبارة على شاكلة «لقد أصبحت من ضمن معطيات جهازك الرئيسية» ستزعج حتى خبراء الكمبيوتر.

مراحل التودد عبر غرف الحوار:

هنالك مرحلتان لإقامة علاقة رومانسية عبر الإنترنت، الأولى هي إيجاد الشريك المناسب والثانية هي التودد له. قد يكون هذا الأمر سهلاً جداً وقد يكون صعباً خاصة إذا كان الباحث جديداً على هذا الشيء أو إذا كان يبحث عن الشريك المناسب في المكان غير المناسب.

إيجاد الشريك المناسب في غرف الحوار:

عندما يريد أحدهم البحث عن شريك لعلاقة عاطفية، أول خيار يخطر له هو غرف الحوار. كن مستعداً لأي نوع من الأحاديث وبأي أسلوب، لأن ما يمكن أن تجده في هذه الغرف لا تتجاوز فائدته عملية المحاوره نفسها. ولكن حالما تجد غرفة تشعر بالراحة فيها، انتظر لبعض الوقت وتابع ما يدور فيها لتعرف ما الذي يقال ومن الذي يقوله.

التودد إلى الآخرين في غرف الحوار:

عندما تقرر أنه قد حان الوقت للتودد إلى شخص ما، قم بما يلي:



١. عرف عن نفسك باختصار:

«مرحباً جميعاً! أنا جون من لندن.»

قد تحصل أو لا تحصل على رد من نوع «هاي جون»، حسب كثافة الأشخاص في الغرفة. أما إذا كنت أكثر جرأة، يمكنك أن تستخدم الأسلوب التالي:

«مرحباً أنا جون من لندن. عمري ٤٢ عاماً مطلق وعندي ولد واحد وأبحث عن علاقة دائمة. هل يوجد هنا من يهتمها إقامة علاقة طويلة وجدية مع شخص ملتزم وهادئ ولطيف؟»

هنالك طريقة أخرى ناجحة، وهي أن تبحث عن شخص لديه اهتماماتك نفسها تقريباً:

هاي، أنا جيم من لندن. أبحث عن فتاة تهوى تسلق الجبال للمشاركة في رحلات معي. هل يوجد هنا من يهتم بهذا الأمر؟

تسمح لك معظم غرف الحوار المخصصة لهذا الأمر باستخدام أكثر من هوية لحماية نوعاً ما في حال قررت الانسحاب كي لا يطارذك الشريك الذي كنت تتحدث معه.

٢. راقب ما يدور في الغرفة لبعض الوقت لتعرف إن كان هناك من يبحث عن مغامرة عابرة للتسلية:

في معظم غرف الحوار تظهر أسماء المشاركين في الحوار على الشاشة في نافذة منفصلة. يمكنك أن تحصل على بعض المعلومات حول أي شخص يعجبك أو يهتم أمره قبل فتح أي حوار معه (ولكن تذكر أن المعلومات الموجودة عنه في موقعه قد لا تكون صحيحة بالضرورة).



٣. أجب على الأسئلة الموجهة إليك إن أمكنك هذا:

أعط بعض الاهتمام للأسئلة الموجهة إليك من أشخاص يعجبك ما تجده عنهم من معلومات على موقعهم أو الذين يعجبك حديثهم. قد تستطيع مع مثل هؤلاء الأشخاص أن تفتح حديثاً يقودكما شيئاً فشيئاً إلى حوار أكثر عمقاً يمكن أن تتابعه في غرفة خاصة بكما.

على من يدل اسم جو؟ على جوزيف أم جوزفين؟

إذا كنت تبحث عن علاقة خاصة، من الأفضل أن تذكر اسماً واضحاً يدل على جنسك. حاول قدر الإمكان الابتعاد عن الأسماء المختصرة التي يمكن أن تدل على الجنسين (مثل «جان» الذي قد يدل على رجل أو امرأة اسمها «جانيت»)، أو الرموز التي لا تدل على جنس المتكلم (مثل LK2e3228).

٤. إذا شعرت بأنه من الممكن استمرار الحوار مع شخص ما، اقترح عليه الانتقال لطريقة المراسلة الفورية:

وقد يقترح عليك الطرف الآخر القيام بهذا. تسمح لك طريقة IM باستعمال غرفة خاصة بعيداً عن الآخرين. ولكن انتبه! قد يريد أحدهم التحدث معك على انفراد في مواضيع جنسية لا رومانسية، هنا يمكنك رفض الاستمرار بالحديث أو الانتقال إلى غرفة خاصة.

دعوة لمتابعة الحوار في غرفة خاصة:

إن الغرف الخاصة أفضل مكان لمتابعة حوار رومانسي، ولكن قد يتردد الشريك في دخولها. لتشجعه على ذلك، أظهر نوعاً من الشفافية واللباقة في أسلوبك، وإذا كان رده «لا» احترم هذا. أما إذا كان رده «نعم» فيمكنك الاستفادة من المثال التالي حيث يدعو كين إليزابيث إلى حوار خاص:



كين: أرغب في معرفة المزيد عنك. هل نستطيع التحدث على انفراد كي لا تقاطع حديثنا الرسائل الكثيرة التي تظهر هنا؟

إليزابيث: ليس لدي مانع، ولكنني لا أعرف كيف أقوم بهذا.

كين: هذا سهل. اضغطي فقط على نافذة {غرفة خاصة} سأقوم أنا بفتح غرفة باسم غرفة كين / kensroom/. في المربع الذي يظهر لديك اكتبي هذا الاسم ثم اضغطي على {موافق}.

إليزابيث: حسناً.

كين: إليزابيث، هل أنت هنا؟

إليزابيث: هاي كين، لقد كان هذا أسهل مما تصورت.

كين: والآن لنتابع حديثنا الذي كنا قد بدأناه.....

٥. تبادل عناوينكما على الشبكة:

إذا وجدت بعد جلسة طويلة مع أحدهم أنك ما زلت مهتماً بشخصه، لا تتردد في طلب عنوان بريده الإلكتروني لمراسلته. يمكنك أيضاً طلب صورته وإرسال صورتك بالمقابل. ولكن، حاذر أن تعطيه عنوانك الحقيقي حتى تعرف ما يكفي عن هذا الشخص.

أماكن اجتماع أخرى غير غرف الحوار:

هنالك أماكن أخرى للقاء شريك مناسب عبر غرف الحوار. نذكر منها أولاً المنتديات العامة المختلفة والتي يناقش كل منها موضوعاً خاصاً. يمكنك حضور المنتدى الذي يناسب اهتماماتك، حيث ستجتمع بأشخاص من «نوعية» خاصة لا تجدهم عادة في غرف الحوار.



أيضاً هنالك النوادي المختلفة والمتنوعة التي تنتشر على الشبكات، كتلك التي نجدها على AOL مثلاً. قد تجد أن بعض هذه النوادي لا تختلف كثيراً عن غرف الحوار العادية من حيث المواضيع التي تناقش فيها، إلا أن نسبة كبيرة منها تدار من قبل أشخاص جديدين ورزينين، وهم إما يبحثون عن حل لمشكلة ما أو يقدمون نصيحة ما أو أنهم يبحثون عن صداقة حميمة.

مكان ثالث قد يكون مناسباً للاجتماع بأحدهم، هو مجموعات نشرات الأنباء. قد تلتقط خيطاً من خيوط المواضيع المطروحة وتقوم بالرد على سؤال مطروح حول ذلك الموضوع ولكن في رسالة شخصية خاصة. وهنا، قد تتجح في إقامة حوار مع أحدهم، وبالمقابل قد تكتب لعدة شهور دون أن تلقى الرد. إليك نموذجاً عن هذا الأمر:

«رأيت إعلانك حول الأفاعي ورغبت في الرد عليك بصورة شخصية، لأنه يبدو أن لنا اهتماماً مشتركاً بالزواحف. لقد قدمت عدة أبحاث حول هذا الموضوع وأنا مهتم بالدراسة التي تقومين بها في هذا المجال...»

حب أكثر من الذي تبحث عنه:

عندما تجيب على رسالة قادمة من عنوان واعد، غرفة حوار خاصة بالعزاب مثلاً، كن مستعداً لمواجهة أكثر مما راھنت عليه. قد تقودك بعض الاتصالات إلى مواقع خاصة بالكتابات والصور الخلاعية، أو إلى أشخاص يبحثون عن أشخاص يقومون بأنشطة من نوع معين لا تهتمك، على كل حال لا تيأس، وتابع البحث عن مواقع ذات نوعية مميزة.

شبكة الويب مكان مميز للقاء رومانسي:

هنا أيضاً تقدم لك شبكة الويب خدمات مميزة فيما يتعلق بإقامة علاقة رومانسية، حيث تقدم لك بعض المواقع المجانية وغير المجانية أوصافاً صحيحة



وصوراً لقوائم لا تنتهي من الناس. ما يهكم في الأمر أن المعلومات المقدمة حول أولئك الأشخاص صحيحة وأمينة.

بالطبع، فإن المواقع التي تتقاضى أتعاباً تقدم خدمات أفضل. فقد تجد معلومات غنية وعميقة عن شخصية الشخص الذي يهكم، ما يجب وما يكره، بالإضافة إلى صورة عنه.

هنالك وسطاء زواج أيضاً، وتعد خدماتهم من أعلى الخدمات المقدمة على الشبكة. وهنا نقترح عليك التأكد جيداً من الوسيط الذي تتعامل معه قبل التورط في دفع أي مبلغ من المال، واحذر خاصة عندما تكون طريقة الدفع التي تعتمد عليها أوتوماتيكية شهرياً عن طريق بطاقتك المصرفية.

أخيراً لا بد أن نلفت نظرك إلى التعامل مع مواقع يتم تحديثها باستمرار، وإلا فإنك ستجد نفسك يوماً تتحدث مع أحد الأزواج الجدد الذي كان قد وضع إعلانه مرة في السابق.

كتابة إعلاناتك الخاص بك (نبذة شخصية):

إن كتابة لمحة عنك من أجل وضعها في إعلان ليست بالمهمة السهلة؛ إذ كيف يمكنك في بضعة كلمات أو سطور أن تجعل إعلانك يبرز بين باقي الإعلانات، خاصة في حالة المواقع التي تحاسبك على الكلمة، على كل، يبقى الإعلان عن طريق شبكة الإنترنت أقل تكلفة من الإعلانات المماثلة في الصحف، حيث إن بعض الشبكات التي تقدم لك هذه الخدمات تعاملك بطريقة أكرم من ناحية عدد الأسطر بإضافة إلى وضع صورتك وعدم تقاضي أية أتعاب إضافية على كتابة رأسية الإعلان بأحرف مطبعية ضخمة سوداء.

والآن، قبل البدء بكتابة الإعلان، عليك أن تختار الموقع الجيد الذي يتناسب مع اهتماماتك ومع المواصفات التي تطلبها، إذ ليس من المعقول أن تشر إعلانك في



موقع متخصص بكبار السن من العزاب بينما أنت في العشرينيات من عمرك. ونذكرك ثانية بالتعامل مع المواقع التي يتم تحديثها باستمرار.

ملاحظات حول كتابة الإعلان:

في هذا الإعلان الصغير، عليك أن تحاول إبراز ما تتمتع به من مزايا. على سبيل المثال، حاول أن تبدي شيئاً من خفة الظل في أسلوبك بدلاً من قول «أنا خفيف الظل». اختر كلمات شيقة، وبناءً جيداً للإعلان، وإخراجاً جذاباً وخلقاً وملوناً. إليك هنا بعض الأفكار المفيدة لإخراج إعلانك بالشكل الأمثل:

- حاول أن تظهر أفضل ما عندك:

إذا لم تكن الكتابة من أفضل مهاراتك، استعن بصديق ماهر في الكتابة، أو على الأقل اطلب من أحد أصدقائك (ويفضل أن يكون من جنس الشخص الذي ترغب في مراسلته) قراءة الإعلان قبل نشره وإبداء أية ملاحظات.

- كن خلاقاً:

إن الإعلان الجيد يجب أن يكون بليغاً ويعكس روحك وشخصيتك ببراعة. هذا لا يعني أن يكون الإعلان مباشراً ومملاً. لذا استخدم كلمات قوية وشاعرية في الوقت نفسه لوصف نفسك. وإذا كنت تستطيع، حاول كتابته على شكل أبيات شعرية أو نثرية ولكن دون المبالغة في ذلك.

- قل عن نفسك ما يريد الآخرون معرفته عنك:

انظر في ما يهكم أنت قراءته أو بالأحرى معرفته من إعلانات غيرك وقم بالمثل؛ أي اكتب سنك وعملك وعدد أولادك - إن كان لديك أولاد-، هواياتك واهتماماتك... الخ.



- كن واضحاً ومحددًا ومعقولاً:

أي حدد مواصفات الشخص الذي تريد مراسلته حتى لا يمتلئ صندوقك البريدي برسائل من أشخاص غير مناسبين. فإذا كنت رجلاً في الثانية والأربعين من العمر لا تكتب «أرغب بمراسلة آنسة أو سييدة فوق الخامسة والثلاثين من عمرها» حتى لا تردك رسائل من نساء بين الخامسة والثلاثين والخامسة والخمسين من العمر. يستحسن هنا أن تكتب «أرغب في مراسلة آنسة بين الخامسة والثلاثين والأربعين من عمرها».

- دع الآخرين يعرفون المزيد عنك:

حاول أن تتكلم عن نفسك أولاً قبل وضع مواصفات الشخص الذي تود مراسلته، وحاول أن لا تذكر المواصفات المطلوبة بشكل قائمة، لأن هذا الأسلوب سيجعلك تبدو مغروراً.

- اذكر بعض المعلومات عنك التي تغني شخصيتك:

حاول قدر الإمكان ذكر معلومات عنك تميزك عن غيرك وتغري القارئ بالاتصال بك. لا تقل مثلاً «أحب مشاهدة الأفلام السينمائية ورياضة المشي» لأن ملايين الناس هم كذلك أيضاً، وإنما قل «أحب المشي في الغابات بعد هطول المطر، ومتابعة أحدث الأفلام في أول عروضها» لأنك بهذا الأسلوب ستميز إعلانك عن باقي الإعلانات.

- تجنب الاختصارات قدر الإمكان:

إذا لم يكن الإعلان مأجوراً بالكلمة، تجنب استعمال الاختصارات. إن مثل هذا الأسلوب قد يخذل القارئ أو يشعره بنوع من اللامبالاة من قبلك. فعلى سبيل المثال، قد لا يعرف الكثيرون أن ISF تعني Is Searching For أي «يبحث عن».



- كن أميناً في المعلومات التي تذكرها عن نفسك والتي تطلبها في الشريك:

عندما تصف نفسك تخيل ذلك في عيون الآخرين ممن يعرفونك، وحدد بالضبط ما الذي تبحث عنه في العلاقة. نصيحة أخيرة نقدمها لك في هذا المجال هي أن تتمعن في أسلوب وكلمات كل ما تجده من إعلانات على المواقع المختلفة قبل أن تقوم بكتابة إعلانك الخاص.

ما هو المكان الأمثل لنشر إعلانك:

ليس المهم فقط الكلمات التي تختارها في إعلانك وإنما المكان الذي تضع هذا الإعلان فيه. لذلك عليك عند اختيار العنوان أن تتظر في:

- موقع يعرض إعلانات لأشخاص ليسوا بعيدين عن طبيعتك ومستواك.
- متطلبات الإعلان من أجور وعضوية.
- المواضيع التي يعرضها الموقع بالإضافة إلى الإعلانات.
- الخدمات الإضافية التي يمكن أن يقدمها الموقع.
- إذا كان عليك دفع مبلغ أكبر للموقع الذي اخترته، عليك على الأقل أن تأخذ تعهداً من مالكي الموقع بعرض عنوانك على الأشخاص الذين يهتم التعامل مع أمثالهم فقط.

التمن الذي يمكن أن تدفعه مقابل حصولك على لحظات رومانسية:

من الشائع أن تقوم المواقع المجانية والمأجورة ببيع بعض المعلومات الخاصة عنك والتي يأخذونها منك، مع أن بعض المواقع تؤكد أنها لا تقوم بذلك. لذا عليك الحذر، لأن تمن الحب الذي تبحث عنه قد يكون تعرض صندوقك البريدي للقرصنة أو امتلائه برسائل مقرفة مما سيضطررك في النهاية لتغيير عنوانك.



ماهو الطول المناسب للإعلان:

نموذج عن إعلان قصير:

س.ب.م. يبحث عن شريك للارتباط

س.ب.م. (أرمل) حوالي الأربعين عاماً وضعه المادي جيد، يبحث عن شريكة تهوى السفر إلى الجزر الاستوائية. العمر لا يهم وكذلك الوزن. يفضل أن تكون متوازنة وذكية وجذابة. على من ترغب الرجاء الرد على العنوان التالي: -match maker@home.com/personals/kevinc الذي سيرد على كافة استفساراتكم.

نموذج عن إعلان أطول:

شاب أرمل يبحث عن علاقة جديدة:

أرمل (٤٤) عاماً وحيد منذ عام يبحث عن إنسانة تقدر الحياة الزوجية حوالي الأربعين من عمرها. ناضج، جريء، لا أدخن، أحب السفر والاستجمام على الشواطئ الاستوائية. مرتاح من الناحية المادية وأعمل في القطاع الحكومي. أبحث عن سيدة تشاطرنى الاهتمامات نفسها. أرجو إرسال صورة. أفضلها غير مدخنة. مستعد للإجابة على كافة الأسئلة. الاتصال بي عن طريق الوسيط وعنوانه

.matchmaker@home.com/personals/kevinc

نموذج عن إعلان شخصي طويل:

يأس يبحث عن شريكة مناسبة بعد عام من الوحدة:

رجل أرمل /٤٤/ عاماً، وحيد منذ عام يبحث عن علاقة زوجية دائمة مع سيدة بين /٤٥-٤٠/ عاماً وتقدر الحياة الزوجية. يرغب أن تكون ناضجة ومرتنة، تحب السهر في المدينة وتحب في الوقت نفسه السهر في المنزل قرب الموقد لقراءة كتاب. عنده ولدان، لا مانع إن كان لها أولاد لأنه مشتاق لجو الأسرة الذي فقده. يحتاج



لرفيقة وصديقة وحبيبة، تحب الحياة وتعرف كيف تعيشها. ناضج، جريء وغير مدخن ويعشق السفر إلى الجزر الاستوائية والاسترخاء على شواطئها. يهوى التصوير ومشاهدة أفلام السينما. المستوى المادي جيد ويعمل في قطاع الحكومة. الرجاء إرسال صورة، يفضلها نحيلة وغير ضخمة، ولكن ليس من الضروري أن تكون رائعة الجمال من الخارج، وإنما جميلة من الداخل. يستحسن أن تكون غير مدخنة. مستعد للإجابة على جميع الأسئلة. الاتصال عن طريق الوسيط وعنوانه

.matchmaker@home.com/personals/kevnic

الصورة:

إذا كان الموقع يسمح لك بوضع صورتك لا تتردد في إرسالها، لأن الصورة تسهل عملية التعارف أثناء الموعد الأول. أرسل صورة جيدة لك تبدو فيها طبيعياً وغير متكلف، بثياب بسيطة وأنيقة في الوقت نفسه ولكن غير رسمية حتى تظهر كما أنت على طبيعتك قدر الإمكان. تجنب إرسال صورة قديمة لك، حتى لا يتفاجأ من ترأسله عندما يراك.

أرسل الصورة بحسب الحجم الذي يسمح به الموقع. إذا لم تعرف كيفية إرسالها، اسأل أحد أصدقائك أو مشغل الموقع، ولا تنس أن تطلب منه عرض صورتك بشكل واضح.

الخطوات اللازمة لتصميم إعلان جيد ورومانسي:

يجب أن يحقق إعلانك هدفين: الأول هو التحدث عنك عن مواصفاتك بطريقة تحمس القارئ على الاتصال بك، والثاني هو ذكر مواصفات الشريك المرغوبة بدقة بحيث لا يتصل بك كل من هب ودب وإنما الشخص المناسب فعلاً الذي ترغب بالاتصال به. لذلك يجب أن يحتوي عنوانك على:



- عنوان مناسب (أرمل باحث عن الحب في ميريلاند).
- أوصافك الرئيسية (٢٨ سنة، أشقر، العينان زرقاوان).
- وصف نفسك واهتماماتك الرئيسية (أستمتع بالسير تحت المطر في الغابات، أعشق طعام المطبخ الفرنسي).
- أوصاف الشخص الذي تريد الارتباط به (من ٢٠-٢٥ سنة، متعلمة، مرحة، ليس لديها من تعيلهم، غير مدخنة).
- معلومات حول الاتصال بك (إما مباشرة على عنوانك أو عن طريق نظام الموقع).
- قائمة بأوصافك المميزة أو الأوصاف التي تميز الشريك الذي ترغب بالاتصال به.
- مكان لائق لعرض إعلانك.

والآن، كي تستطيع متابعة مهمتك بنجاح، أجب على الأسئلة التالية:

- ما الذي يجعلني متميزاً عن الآخرين؟
 - ❖ مثال: أحب أن أخلو إلى نفسي لبعض الوقت.
- ما الذي يجعلني أبدو غير متميز عن الآخرين؟
 - ❖ مثال: أنا من معجبي فريق الليكرز لكرة السلة.
- ما الذي أبحث عنه في الشخص الذي يشبهني وأريد الارتباط به؟
 - ❖ مثال: أريد شخصاً يحترم رغبتني في قضاء بعض الوقت وحدي.
- ما الذي أبحث عنه في الشخص الذي أريده ولكنه لا يشبهني؟
 - ❖ مثال: أريد شخصاً مرحاً ومشرفاً ليساعدني على اجتياز الأوقات الصعبة التي قد أمر بها.



الآن يمكنك كتابة إعلانك اعتماداً على إجاباتك السابقة. ابدأ بالعنوان الذي يجب أن يبدو جذاباً، مثل: «إحدى معجبات فريق الليكرز تبحث عن الحب». ثم قم بكتابة نص الإعلان حسب الخطوات المذكورة أعلاه. بعد الانتهاء من كتابته، قم بمراجعته وبتعديل ما يلزم تعديله، اترك الإعلان ليوم أو اثنين، ثم عد لقراءته لترى وقعته في نفس القارئ، ويمكنك استشارة أحد أصدقائك ممن تثق برأيه. ثم قم بطباعة الإعلان وإرساله.

تحديد موقع على شبكة الويب عليه مزيد من المعلومات عنك:

يمكنك استخدام الموقع لتضفي انطباعاً شخصياً خاصاً من خلال المعلومات والصور التي ترسلها عنك، والتي تستطيع وضعها في صفحة خاصة بك.

كتابة الإيميل الرومانسي الأول:

يجب أن يخبر الإيميل الأول الذي ترسله إلى الشخص الذي اخترته عنك وأن يجيب عن كل التساؤلات البارزة التي قد يرغب ذلك الشخص بمعرفتها. ولكن عليك التأكد أولاً من أن ذلك الشخص يريد فعلاً تلك المعلومات قبل أن ترسل له رسالة طويلة من ألف كلمة. أما إذا كان لديك أسئلة عن الطرف الآخر، فاكتبها في نهاية الرسالة حتى لا يهمل بالخطأ الإجابة على أي منها عند رده على رسالتك.

إليك هذه الخطوات الخمس التي تساعدك في تأليف رسالتك:

١- أعد تقديم نفسك: يجب أن تذكر الطرف الآخر في رسالتك باسمك وبيعض أوصافك أو بالموقع الذي تقابلتما عليه حتى يستطيع تمييزك عن غيرك في حال اتصال أشخاص آخرون به للهدف نفسه.

٢- حدد قائمة بالأشياء الهامة عنك: فكر في الأمور الهامة بالنسبة لك والتي تريد أن يشاركك فيها الطرف الآخر. أما إذا كنت قد ذكرت هذه الأمور في



الإعلان أو في غرفة الحوار، يكفي هنا إذاً أن تذكر بعض النقاط الرئيسية عنها.

٣- اكتب قائمة بالمعلومات التي عرفتتها عن الطرف الآخر: وحدد الأشياء التي تهتمك من تلك المعلومات عنه.

٤- حدد من سياق تلك المعلومات قائمة أقصر بالأشياء التي لا تعجبك: كأن تلفت نظره مثلاً إلى أنك لا تحب سماع حديثه عن شريك سابق.

٥- اكتب رسالتك من تجميع القوائم التي حددتها أعلاه.

والآن، وقد انتهيت من كتابتها، أعد قراءتها ثانية وعدل ما يحتاج إلى تعديل، اطبعها بعناية ثم أرسلها.

تذكر أن الكلام عبر الشبكة غير مكلف:

كي تستطيع أن تحظى بعلاقة عاطفية ناجحة عبر شبكة الإنترنت يتطلب الأمر إستراتيجية خاصة تجمع بين التوقيت الجيد والشخصية المتميزة والحظ الجيد أيضاً. هنالك عدد كبير جداً من الأشخاص الباحثين عن الحب على الكرة الأرضية عبر الشبكة. والآن، مع ما تعلمته في هذا الفصل من نصائح، أصبح بإمكانك أنت أيضاً إيجاد الشخص المناسب بسهولة. نتمنى لك حظاً طيباً في هذا الخصوص، ولننذكر معاً أغنية فريق البيتلز الشهيرة «كل ما تحتاجه هو الحب».



orderikandi.com



كيف تتعامل مع العملاء والزبائن على الإنترنت

إذا كنت من الأشخاص الناجحين في مجال العمل، فلا بد وأنت تعرف القاعدة القديمة التي تقول «إن الاحتفاظ بزبون قديم أسهل من إيجاد زبون جديد». وهذه القاعدة لها الأهمية نفسها في مجال التعامل عبر الإنترنت. إن هدفك عند إجراء اتصالات عبر الشبكة مع العملاء يجب أن لا يكون إيجاد عميل جديد فقط، وإنما تشجيع ذلك العميل على الاستمرار بالتعامل معك من خلال أسلوبك المميز بالتعامل.

علاوة على المنتج الجيد الذي تعرضه والخدمة المميزة التي تقوم بها، هنالك ثلاثة أمور تحتاج إليها من أجل الوصول إلى نتيجة جيدة مع العميل عبر الشبكة: اتصال قوي، احترام العميل، خدمة نموذجية للعميل. ولكن للأسف الشديد، إننا نجد أن هذه القيم الثلاثة القديمة غائبة تماماً عن اتصالات شركات كثيرة عبر الإنترنت.

اختبار حول أسلوب تعاملك مع العملاء عبر الشبكة:

إليك هذا الاختبار البسيط لتقويم مدى براعتك في الاتصال بالزبائن والعملاء

على الإنترنت:



١. عندما يردك إيميل من أحد العملاء يستفسر حول معلومات عرضتها عليه عن شركتك أو منتجك، ما مدى سرعة ردك على هذا العميل برسالة شخصية لا عن طريق الرد الأتوماتيكي؟
 - في يوم العمل نفسه (٣ نقاط).
 - في اليوم التالي (نقطتان).
 - بعدها بمدة طويلة أو لا ترد بالمرّة (صفر).
٢. كيف تحيي عميلك في رسالة الإيميل؟
 - لا تحييه بالمرّة «السعر هو...» (صفر).
 - بشكل غير رسمي «عزيزي جيم» (نقطة واحدة).
 - بشكل عام «تحياتي» (نقطتان).
 - بشكل رسمي «عزيزي السيد جيم» (٣ نقاط).
٣. كيف توقع رسالتك الموجهة إلى العميل؟
 - بشكل عام، مثل: قسم الخدمات في شركة أوميغا (نقطة واحدة).
 - بذكر اسمك (نقطتان).
 - بذكر اسمك ورقم هاتفك (٣ نقاط).
٤. ماهي نسبة رسائل الشركة المرسلّة إلى العملاء عبر البريد الإلكتروني والخالية من الأخطاء الكتابية واللغوية والإنشائية؟
 - ١٠٠٪ (٣ نقاط).
 - كل ما هو أقل من هذه النسبة (صفر).
٥. متى كانت آخر مرة قمت فيها بتحديث صفحة على موقع شبكة الويب الخاص بك؟
 - هذا الأسبوع (ثلاث نقاط).
 - الشهر الماضي (نقطة واحدة).
 - قبل ذلك (صفر).



- ٦ . أين يظهر عنوان شركتك ورقم هاتفها على صفحة موقع الويب؟
- على الصفحة الرئيسية وعلى صفحة الاتصال (ثلاث نقاط).
 - على صفحة الاتصال فقط (نقطتان).
 - لا يظهر (صفر).
- ٧ . إذا دعت الحاجة لتخصيص موقع للزوار والعملاء على شبكة الويب من أجل الحصول على معلومات عامة من خلال تعبئة استمارة أو طلب خاص، ما عدد الحقول التي يتوجب عليهم تعبئتها؟
- خمسة حقول أو أقل: الاسم، المركز، المؤسسة، الرمز البريدي (ثلاث نقط).
 - ستة أو سبعة حقول: رقم الهاتف وعنوان المنزل إضافة إلى ما سبق (نقطة واحدة).
 - أي عدد أكبر من ذلك (صفر).
- ٨ . ما مدى الضجة الموجودة على الصفحة الخاصة بالزبون على الويب؟
- أعط نفسك ثلاث نقاط إذا لم يوجد على صفحتك أي من الأشياء المذكورة أدناه.
- أعط لنفسك نقطتين إذا وجد واحد أو اثنين من هذه الأشياء.
 - أعط لنفسك صفراً إذا وجد أكثر من ذلك.
- عناوين إعلانات مكتوبة بخط كبير.
 - جوائز الموقع.
 - أخبار، أسعار الأسهم، أو أنباء الطقس.
 - رسوم وموسيقى.
 - صور جذابة (لا معنى لها) للتزيين.
 - توصيلات بمستعرض التحميل.
 - وصلات لتحميل موسيقى.



٩. متى ترسل إلى زبون قمت ببيعه بضاعة رسالة شكر على تعامله معك تسألته فيها

إن كان مسروراً من نوعية البضاعة ومن التعامل معك؟

- خلال أسبوع (ثلاث نقط).

- خلال أسبوعين (نقطتان).

- بعد ذلك (صفر).

١٠. هل لديك ميزة في برنامج الإيميل الذي تستخدمه من أجل نشرات دورية إلى

العملاء لإطلاعهم على أحدث التطورات في مجال العمل والمنتج الذي تقدمه؟

إذا كان الجواب نعم، فما هي المدة بين إرسال نشرة وأخرى؟

- نعم، نشرة كل شهر (ثلاث نقط).

- نعم، من نشرتين إلى ست نشرات في السنة (نقطتان).

- نعم، بمعدل نشرتين إلى ثلاث نشرات شهرياً (نقطة واحدة).

- نعم، بمعدل نشرة أو أكثر في الأسبوع (صفر).

- لا (صفر).

١١. هل تنتهي رسائلك الاعتيادية إلى الزبائن بالسطر التالي «الرجاء عدم الرد على

هذا الإيميل»؟

- لا (صفر).

- نعم (ناقص ٣ نقاط من مجموع علامتك).

نتيجة الاختبار:

من ٢٥-٣٠ نقطة: نهنتك فأنت «معلم» في عملية الاتصال بالزبائن عبر الإنترنت.

من ٢٠-٢٤ نقطة: أنت جيد في هذا المجال. حاول أن تصل إلى درجة الكمال.

من ١٠-١٩ نقطة: أنت لست بارعاً ولكن أمامك فرصة للتقدم في هذا المجال من

خلال التركيز على بعض الأمور الهامة كالرد على رسالة الزبون في الوقت

المناسب واعتماد أسلوب لطيف في الكتابة بالإضافة إلى التقيّد بالتحدث في

رسالتك عن الأمور التي تهم الزبون فقط.



من ٠-٩ نقاط: إن مستوى أسلوبك في العمل والاتصال بحاجة إلى إعادة النظر فيه مع التركيز على احتياجات الزبون في الدرجة الأولى.

إذا كان مجموع النقاط التي حصلت عليها أقل من عشرة فيجب أن تعلم أن العملاء بحاجة لأن يستلموا منك رداً فورياً على استفساراتهم عبر البريد الإلكتروني. إذا لم يكن لديك الجواب اللازم على الفور، عليك إخبارهم بأنك تقوم بعمل ما يلزم وأنت ستتصل بهم بعد فترة معينة لإعطائهم الجواب الدقيق.

نقطة أخرى هامة هنا هي عدم نسيان شكر العميل على تعامله معك وشراؤه من بضاعتك، فالناس يحبون التقدير عادة. ويفضل هنا أن تقوم بإرسال رسالة إيميل شخصية إلى العميل باسمه (إذا كنت تستخدم ميزة الرد الأوتوماتيكي في برنامج الإيميل الذي تعتمده، يمكنك برمجة الرسالة لتصبح شخصية وذلك بإدراج اسم العميل وعنوانه فيها).

إذا كان لديك موقع على الويب لمتابعة أعمالك (يستحسن أن يكون لديك)، تذكر هنا الأمرين الأكثر أهمية بالنسبة للمتبحرين على شبكة الويب؛ الوقت والخصوصية. لذا فإنك إذا ألححت على زوار موقعك بعرض ما لديك دون الاكتراث بتوقيت ذلك أو بمدى تطفله على خصوصية الزوار، فإنك بالتأكيد تعرض نفسك لخسارة زبون محتمل عوضاً عن جذبته.

تأكد من تمكن العملاء الاتصال بك بسهولة عبر البريد الإلكتروني والهاتف أيضاً، إن من الأمور المدهشة حقاً أن تعرف أن عدداً كبيراً من الشركات لا يذكرون معلومات كافية على صفحات الويب حول كيفية الاتصال بهم. إن هذا الإهمال لن يقودك بالتأكيد إلى القيام بعمل جيد.



استخدام خدمات الانترنت للإعلان عن منتجك:

هنالك عدة طرق للاتصال بالزبائن عبر الشبكة، أهمها عبر موقعك على الويب التي سنتحدث عنه في فصل لاحق، بالإضافة إلى خدمات الأنباء وغرف الحوار ومواقع المعلومات العامة التي تتضمن برامج وتقارير «مجانية» للإعلان عن السلع المختلفة.

إن عملية تسويق مختلف المنتجات عبر شبكة الويب (المجانية غالباً) تتم بعدة طرق؛ كتقديم إعلان تجاري مميز (مجانى في أغلب الأحيان)، أو رسالة إيميل دعائية مباشرة، بالإضافة إلى الإعلانات الصوتية التي تعرض على مواقع نشرات الأنباء وبرامج غرف الحوار التي تتصل بالزبائن.

- استخدام مواقع نشرات الأخبار كأقنية دعائية:

كما ذكرنا سابقاً في الفصل الخامس، فإن مجموعات الأنباء هي مواقع مخصصة لنشرات الأخبار، يجتمع فيها أشخاص لهم الاهتمامات نفسها ليدلوا بآرائهم حول آخر التطورات الحاصلة ويتناقشوا فيها. إن هذه المواقع تبحث عادة في مواضيع محددة ومازالت حتى هذه اللحظة تعتمد على طريقة النص الذي يقدم المعلومات وتظهر معه إعلانات بالإضافة إلى أسئلة يتم الإجابة عليها.

بعض مواقع الأخبار تقبل بعرض إعلانات كاملة مع النشرة عن بعض السلع وبعضها لا. ولكن إذا كنت ممن يزودون الأخبار باستمرار بمعلوماتك وتضع اسمك الكامل وعنوانك، يمكنها عندها عرض إعلاناتك دون إبعاد القارئ عن الموضوع.

كيف تشارك في مواقع الأنباء؟ هنالك آلاف المواقع المخصصة لهذا، لذا عليك أن تعرف كيف تختار قبل الانضمام إلى أي منها، إن معظم مؤسسات خدمة الإنترنت تقدم برنامجاً خاصاً بالأخبار من ضمن خدماتها.



- بعض الإعلانات الخاصة:

تشبه مجموعات الاهتمامات الخاصة (SIGS) (Special interest groups) مجموعات الأنباء، إلا أنها تظهر فقط للمشاركين بالشبكات التي تقدم خدمة الإعلانات التجارية مثل أميركا أون لاين وشبكة مايكروسوفت. هذه الشبكات تقدم خدمات من خلال غرف الحوار ونشرات الأخبار لعرض إعلانات لها علاقة بالمواضيع المطروحة، فإذا كنت من خبراء مستخدمي هذه المجموعة (في أي مجال)، يمكنك الترويج للسلعة التي تهتمك مقابل تقديم المساعدة لأعضاء المجموعة.

إننا نسوق كتابنا «من فكرة كتاب إلى أفضل المبيعات» -From Book Idea to Best Seller، ١٩٩٧ - مقابل تقديم نصحننا ومساعدتنا مجاناً للكتاب الجدد على موقع Writers SIG على شبكة أميركا أون لاين. إننا نبيع يومياً نسختين أو ثلاثاً على الأقل من الكتاب المذكور، وبتقديرنا أن يبيع تلك النسخ يسهل لنا بيع نسخ إضافية.

- رسائل الإيميل الدعائية التي تحتاج لإذن خاص:

ليست كل رسائل البريد الإلكتروني التي تروج لسلع مختلفة سيئة وليس كل المروجين لبضائعهم عبر البريد الإلكتروني قراصنة. هنالك نوع من الرسائل المرخصة (بإذن خاص) الجيدة والخالية من القرصنة من أجل الترويج لعملك أو لمنتجك دعائياً.

يمكن للإيميل المرخص أن يتألف من رسالة أخبار دورية أو من إعلانات عن منتجات جديدة مع عروض خاصة، إحدى الشركات التي تسمح لك بإعلان مجاني خال من القرصنة عن طريق الإيميل هي شركة ديجيتال وركس DigitalWorks. يمكنك الاتصال بها على الرمز البريدي التالي: <http://www.digitalwork.com>. هنالك بالطبع العديد من الشركات التي تقدم خدمات مماثلة يمكنك التعرف عليها إذا قمت بالبحث عن -التسويق عبر الإيميل-.



على هذه النوعية من الإيميلات الدعائية المرخصة أن تتبع كل قواعد السلوك المفروضة الخاصة بالشبكات وأسلوب الاتصال الرسمي، إي يجب أن تخاطب الزبون باسمه ولقبه (مركزه العملي) وأن تكون مذيلة باسم المرسل أو المعلن.

أما أهم قاعدة هنا هي أن ترسل إعلانك إلى الأشخاص المهتمين فعلاً بنوعية منتجك والمستعدين لشرائه، لا ترسل إيميلك الدعائي إلى كل شخص على الشبكة، مع أن بعض البرامج تسهّل لك هذا، كل ما عليك القيام به من أجل الوصول إلى هدفك في تسويق منتجك هو تجميع قائمة جيدة للمراسلة (بأسماء الأشخاص الذين يهتمك التعامل معهم) بالإضافة إلى إيميل دعائي مكتوب جيداً.

إن «التحايل» على القراء من أجل تقديم «إيميل إعلاني مغرٍ» يساعدك نوعاً ما في تسويق منتجك إلا إذا كان هذا المنتج من النوع الذي لا يقاوم. هنالك عدة مواقع تساعدك في هذا مثل PostMaster Direct Response (www.postmasterDirect.com) و Targ-it.com (www.targ-it.com) التي تقدم خدمات إعلانية عبر قوائم المراسلة للأشخاص الذين يريدون رغبتهم في تلقي الإعلانات التي تدور حول المواضيع أو المنتجات التي تهمهم. وبالطبع هنالك شركات أخرى غير المذكورة، ويمكنك من أجل التعرف عليها البحث في «قوائم المراسلة عبر البريد الإلكتروني email lists».

كتابة إيميل مبيعات:

تشريح الإيميل:

هل تساءلت مرة عما يلتفت انتباه قارئ الإيميل؟ إن معرفة جواب هذا السؤال بسهل عليك عملية تقديم عرضك. إليك هنا الترتيب الذي يتبعه القارئ عند الإطلاع على الرسالة التي ترده:

١. الترويسة.
٢. أية صورة أو رسم.
٣. أي عنوان فرعي كبير.



٤. الخط المعتمد في الرسالة.

٥. ترتيب المعروضات.

٦. أخيراً نص الإيميل.

في معظم الأحيان يقوم الزبون بطلب البضاعة التي يشاهد إعلانها عبر إيميل دعائي بدون أن يقرأ نص الإيميل، مما يعني أن عليك التركيز على العناصر المذكورة أعلاه.

إن عملية التسويق عبر الإيميل عبارة عن تسويق مباشر لذا يجب أن تخضع لكل قواعد التسويق المباشر. إليك هنا بعض القواعد الهامة التي عليك إتباعها عند اختيارك للبريد الإلكتروني كقناة دعائية لمنتجاتك من خلال كتابة رسالة مبيعات:

١. **قطع الرسالة الإعلانية إلى فقرات قصيرة:** إن جملة واحدة يمكن أن تكون أقوى تأثيراً من رسالة كاملة.

٢. **استخدم عدة عناوين رئيسية وعناوين مساعدة:** ولكن انتبه من عدم الإفراط في ذلك بحيث تبدو رسالتك سخيفة.

٣. **استخدم إشارات وأرقاماً ومستعرضات لتقطيع الإعلان:** واستخدم كذلك مسافات بيضاء كثيرة بين عبارات الرسالة لتسهيل على القارئ مهمته.

٤. **استخدم الأسهم (<-) والمربعات والتلوين والتظليل والأحرف الغامقة والكبيرة والمائلة وعلامات الترقيم:** ولكن انتبه لاستخدام كل هذا بخفة وبرشاقة، لا أن تستخدمها بطريقة تصفع القارئ بما تقدمه من ألوان وعناصر متباينة.

٥. **قدم عرضاً خاصاً أو هدية مجانية مع إعلانك للزبون عند شرائه من منتجك:** إن هذه الإجراءات تسر الزبون وتشجعه على التعامل معك مهما كانت بساطة الهدية أو عرضك بتخفيض الثمن بسيطاً. يقول خبير كتابة الإعلانات



مارلون ساندرز إن هذا الخطوة تشبه تقديم «قروش للحصول على دولارات»، لأن ما تدفعه لتشجيع الزبون على شراء سلعتك أقل بكثير من القيمة الفعلية التي تجنيها.

٦. **التأكيد على كلمة «مجاناً» كلما دعت الحاجة لذلك:** إن لهذه الكلمة مفعول سحري في التسويق المباشر لأية بضاعة.

٧. **إذا اخترت استعمال صور ورسوم عوضاً عن النص:** حاول استخدام الصور التي يستطيع جهاز القارئ تحميلها بسرعة لدعم هدف رسالتك.

٨. **قدم إثباتات تدعم إعلانك إن استطعت:** إذا لم يتوفر لديك ذلك، حاول الحصول على شهادة بعض الزبائن بسلعتك.

٩. **حث الزبون على التصرف بسرعة:** حدد وقتاً لانتهاء عرضك التشجيعي الذي تقدمه مع إعلانك، إن معظم الشركات تجعل العرض التشجيعي سارياً لعدة أيام فقط ابتداءً من عرض الإعلان.

١٠. **خاطب حاجات الزبون ورغباته:** كلما عرفت الزبون الذي تتوجه له بإعلانك، كلما حققت نجاحاً أكبر في تحقيق هدفك.

إعلانات الشبكة المبوبة:

يوجد آلاف المواقع التجارية و الخاصة على الشبكة التي يمكنك عرض إعلانك مجاناً عليها. وهناك بعض المواقع التي تتقاضى أجراً لقاء ذلك نظراً لنسبة المشاهدة العالية التي تتمتع بها، أو لأنها تقدم لك عروضاً تشجيعية للإعلان عليها. أنظر في الصفحات الإعلانية المجانية الموجودة على المواقع المتخصصة بالأسواق. ولكن تذكر أنك ستجني فائدة مقابل المال الذي تدفعه، لأنه كلما عرض إعلانك أكثر، كلما كانت الفائدة التي تعود عليك أكبر. ولأجل تحقيق أفضل النتائج، انتبه لأن يكون إعلانك حديثاً دائماً، لأن الإعلان القديم لن يصمد أمام تيار الإعلانات الحديثة المنتشرة.



نموذج إعلان محبوب منشور على صفحة أنباء:

قهوة كونا الفاخرة بسعر غير متوفر في الأسواق

طازجة ومتوفرة الآن!

فقط بـ ٣٩ في للصندوق الواحد!

قهوة كونا الملكية الفاخرة

يحتوي كل صندوق على ٦٤ كيس بوزن ١/٢ كيلو

إذا أردت شراء هذه القهوة من محلات غورميه للقهوة سيكلفك حوالي ٧٠ في

أو ربما أكثر. لقد قمنا بشراء كمية كبيرة من هذه القهوة ونستطيع بيعها لك

مقابل ٥٩ في فقط.

الشحن يتم خلال يوم من تاريخ وصول طلب الشراء.

نقبل الدفع ببطاقة الفيزا.

رضاؤكم هو هدفنا. نحن مستعدون لإعادة أموالكم بالكامل إذا لم تعجبكم

البضاعة بعد خصم أجور الشحن فقط.

الاتصال بنا على الرمز البريد KonaQQcoffee.com

وعلى هاتف رقم ١-٨٠٠-٥٥٥-٢١٤٢

وضع الإعلانات على مجلات البريد الإلكتروني E - Zine :

يمكنك الاتصال بالزبائن بطريقة مثمرة عن طريق عرض إعلانك عن السلع أو

الخدمات التي تقدمها على مجلات الإنترنت e-zine . الطريقة التي عليك إتباعها

لتحقيق هذا سهلة للغاية، إذ أنه ما عليك إلا أن تدفع أتعاباً مقابل عرض إعلانك

في المجلات الإلكترونية التي توزع على نوعية معينة من الزبائن والتي تهتمك.

ولكن المشكلة هنا تكمن في سهولة هذا، مما يؤدي إلى وجود كم هائل من



الإعلانات وبالتالي إلى ضياع إعلانك بينها نوعاً ما . لذا فإن المسوقين عبر الشبكة اليوم يسعون لإتباع إستراتيجيات خاصة للبروز بين منافسيهم .

من أكبر المشاكل التي تواجه إعلانك على هذه المواقع هو حشره بين 5-10 إعلاناً مشابهاً، وطبيعي أن يؤثر هذا على مدى نجاح تأثير إعلانك على الزبون. وهناك مشكلة أخرى تتمثل في وجود جهات إعلانية فرعية تتصاعد معها وتيرة المنافسة إلى درجات كبيرة. لأن العديد منها يفرقون الأسواق الآن بحملاتهم الدعائية الكبيرة التي يعرضونها على هذه المواقع، وقد انعكس هذا الأمر سلباً على البضاعة المعروضة التي قل إيرادها بينما كبرت عائدات تلك الشركات الإعلانية. إن هذه النتيجة ليست ذنب ناشر الإعلانات على مجلات الإنترنت، لأن هدفه الأول والأخير هو بيع الإعلانات (وإن كان هذا لا ينطبق على الجميع). ولا يمكن لناشر أن يحمل ذنب تقاضي أتعاب لقاء عرضه لإعلان ما لأن هذه هي مهنته التي يكسب عيشه منها .

ولكن على الرغم من ذلك، يمكنك توظيف عدة طرق بارعة لإبراز إعلانك في المقدمة في سوق الإعلانات على المجلات. إذا كنت تعتمد على شركة دعائية لعمل وعرض إعلانك، احرص على تزويد الشركة بعدة إعلانات مبدية لتعرضها على أماكن مختلفة من الموقع. وتذكر أن موظف هذه الشركة هو «مندوب مبيعاتك»، وبالتالي فإنه يجب أن يحصل هذا الشخص على نصيبه من الأرباح لتحصل أنت على ما تبغيه من أرباح، لذا فإن من مصلحتك مساعدتهم قدر الإمكان.

إذا كنت أنت صاحب شركة إعلانية أو تعمل في شركة كهذه، حاول أن تكتب إعلاناتك المبدية بيدك لتضمن تمييزها عن باقي الإعلانات. إذا لم تكن جيداً في الكتابة، ننصحك باتباع دورة Killer Copy Tactics لديفيد غارلفينكل David Gar-finkel على الموقع التالي:



يمكنك دفع مزيد من المال لتحصل على عرض منفرد لإعلانك أو على حق رعاية صفحة معينة من صفحات نشرات الأنباء التي تقدم مثل هذه الخدمات. يظهر الإعلان الراعي في أعلى أو أسفل الصفحة، لذا فإنه يتميز عن باقي الإعلانات مما يحقق له نسبة تجاوب أكبر من قبل الزبائن.

يتألف الإعلان المنفرد من ثلاث إلى أربع فقرات، يقوم مشغلو خدمة مجلات الشبكة بإرساله إلى قوائم المراسلة في وقت مختلف عن أوقات البريد العادي. ويختلف حجم هذا الإعلان من نشرة إلى أخرى، ولكنه أثبت مدى نجاحه وتأثيره إذا ما قارنا بين النتيجة التي تحصل عليها وبين ضآلة المال الذي تدفعه مقابل ذلك الإعلان.

إن أول مكان يمكن أن يبحث فيه أي مسوق لسلعة أو لخدمة ما عبر شبكة الإنترنت هو مفكرة المجالات (Top -Zineads Online Money Directory) الموجودة على الموقع التالي: <http://www.tope-zineads.com/index.html>. حيث يمكنك مباشرة أن تجد أفضل الطرق التي تساعدك للوصول إلى الزبون المناسب والمستعد للشراء. هنالك أيضاً بعض المواقع الجيدة الأخرى التي تقدم خدمات e - zine (ونشرات الأنباء) مثل:

<http://www.infojump.com/>

[-http://www.lifestylespub.com/](http://www.lifestylespub.com/) - <http://beste-zines.com>

المنشورات الدعائية عبر الشبكة:

لقد كانت الإعلانات سابقاً عبر الصحف جافة ومبتورة، ولكن مع تقدم التكنولوجيا أصبح هنالك طرق جديدة وممتعة لعرض المعلومات التي لدينا. إذ أصبح بمقدورك الآن أن تستخدم إحدى الزمر أو الأقتنية الصحفية عبر الشبكة على الويب أو عبر الإيميل للإعلان عن خدماتك أو عملك في وسائل الإعلام - التي ستعلن لك بدورها عن خدماتك على صحف الشبكة وعلى المطبوعات التقليدية.



إن الإرساليات أو النشرات الدعائية المطبوعة التقليدية عبارة عن مجموعة من المقالات والمعلومات تأتيك في مصنف واحد وتتحدث عن إنجازات شركة أو عمل ما وعن آخر التطورات فيه عبر البريد العادي. وكذلك نشرات الشبكة، فإنها من الممكن أن تحتوي على المعلومات نفسها وربما أكثر، ولكنها موجودة على الويب سايت بدلاً من الورق. حتى إن نشرات الشبكة الدعائية تمتاز عن التقليدية بإمكانية احتوائها على لقطات مرئية ومسموعة، علاوة على أنها أرخص من البريد العادي، إذ أن كل ما عليك عمله هو إرسال نشرتك إلى موقع URL.

مواقع خاصة:

يمكنك استخدام خدمة بحث مثل ياهو! « www.yahoo.com على موقع Infoseek (www.infoseek.com) » من أجل إيجاد مواقع لها علاقة بمنتجات شركتك أو خدماتها. عليك أن تمضي بعض الوقت متنقلاً بين المواقع لتصل إلى ما يدلك على المعلومات التي ترغبها. بعد ذلك، اكتب ملاحظة أو رسالة إلى المسؤول (Webmaster) عن الموقع المطلوب على شبكة الويب تطلب منه فيها إدراج اسمك في قائمة رسائل ذلك الموقع. إن هذه العملية المجانية مثمرة جداً لأنها تضع موقعك أمام المتبحرين على الويب لهذا الخصوص (منتجك أو نوعية الخدمة التي تقدمها). يمكنك أيضاً وضع إعلاناتك على الشبكات الكبرى مثل أميركا أون لاين America Online، شبكة مايكروسوفت Microsoft Network، بروديجي Prodigy وغيرها، معظم هذه الخدمات تعرض لك ما تحتاجه من إعلانات مبنية وخدمات دعائية بمختلف الأشكال والنماذج التي تناسب رغبتك.

بعض نماذج رسائل محددة إلى الزبائن:

إليك هنا بعض الأمثلة على رسائل موجهة من البائع إلى الزبون. لاحظ كيف أن المعلومات المتعلقة بطريقة الاتصال بالمرسل (عنوان البائع) مذكورة بالكامل



بالإضافة إلى التحية المناسبة وختم كل رسالة بكتابة اسم المرسل. ولاحظ أيضاً كيف أن هذه الرسائل تتقيّد بقواعد وآداب الاتصال على الإنترنت (نيتيكيته الشبكات).

رسالة إشعار بالدفع:

إلى: جوي جونسون

من: شركة ونكا

الموضوع: إشعار من أجل دفع الفاتورة الشهرية

التاريخ: ٣١ حزيران، ٢٠٠٢

عزيزي السيد جوي:

أثناء مراجعة حساباتنا لاحظنا أنك لم تسدد مبلغ ١٢٠ في المستحقة عليك بناءً على الفاتورة رقم ٢٣٥٠ المرسله بتاريخ ٨ حزيران، والتي - وفقاً لنظامنا- كان يجب دفعها في ١٥ حزيران. إذا لم تستلم تلك الفاتورة أو إذا كان لديك أية ملاحظة عليها الرجاء الاتصال بنا على الرقم ١٢٣٤-٥٥٥-١٢٢. إذا كنت قد أرسلت الشيك بالبريد، لك منا جزيل الشكر.

المخلص،

تشارلز بيكر

مدير الحسابات

شركة ونكا

(العنوان الكامل)

(رقم الهاتف)



ولكن، قبل إرسال أي رسالة إيميل إلى الزبون تأكد من كونه يفضل وسيلة الاتصال هذه عن غيرها من الوسائل قبل أن تفترض أنه يقوم بقراءة بريده الإلكتروني كل يوم. إن إرسالك رسائل إيميل له دون تأكدك من قراءته لها سيؤدي بالطبع إلى حدوث مشاكل أو تأخير في العمل بينكما.

نموذج عن طلب معلومات إضافية لتحديد نوعية البضاعة التي يريدها الزبون:

(في هذا النموذج نلاحظ أن اسم الزبون قد استخدم للتحية وذلك بسبب العلاقة الشخصية القديمة بين الزبون والبائع. وقد اختتمت الرسالة أيضاً بذكر اسم المرسل الأول فقط على الرغم من ذكر اسم وعنوان الشركة بالكامل).

إلى: جوي جونسون

من: شركة ونكا

الموضوع: إشعار بدفع الفاتورة الشهرية.

التاريخ: ١١ تموز، ٢٠٠٢

عزيزي جوي:

استلمنا بالأمس رسالتك التي تطلب فيها سبع أسطوانات ونكا. شكراً على

ثقتك بإنتاجنا، ولك قبل أن نرسل الطلب لدينا سؤالان

١. ما حجم الأسطوانات المطلوب؟

٢. هل تريدنا إرسال الشحنة عن طريق البريد العادي؟

سنقوم بإرسال الشحنة المطلوبة فور وصول رد منك.

مع تحياتي

تشارلز، شركة ونكا

(عنوان الشركة)

(رقم الهاتف)



الحيلة التي تساعدك للقيام باتصال ناجح وبعرض إعلان جيد على الشبكة:

كما هو الحال في جميع الاتصالات التي تجرى مع الزبائن والإعلانات الدعائية، إن مفتاح إجراء اتصال دعائي ناجح على الشبكة هو التسويق الموجه والكياسة والتجاوب. قبل كل شيء عليك أن تجد الأشخاص المناسبين الذين يهمهم فعلاً شراء السلعة التي تعرضها، وعندها ستتمكن من بيع سلعتك. وإذا كان أسلوب إيميلك لبقاً وبلغاً فإنك بالتأكيد ستحصل على نتائج أفضل.

قد يبدو هذا سهلاً، ولكن الحيلة هنا تكمن بالمتابعة واعتماد إعلانات نوعية بالإضافة إلى الاتصال بالشخص المناسب. لذا ننصحك ألا تستسلم بعد الإعلان الأول أو رسالة الإيميل الأولى إذا لم تلق نتيجة سريعة، أما إذا واجهتك مشاكل بالتعامل مع الزبائن، ننصحك بقراءة الفصل التالي (الفصل الحادي عشر) الذي سيساعدك على مواجهة الحالات والمواقف الصعبة على الشبكة.



orderikandi.com



التغلب على المواقف الصعبة على الشبكة

إن الإكثار من استعمال أيقونات التعبير عن المشاعر ينعكس سلباً على الرسالة - وقد يعد تشويهاً متعمداً لها - خاصة عندما تعبر تلك الأيقونات عن الغضب أو الانزعاج. وفي مثل هذه الحالة قد ينتج عكس ما يريجه المرسل من رسالته، لأن المراسلة عبر الشبكة يجب أن تأخذ طابعاً رسمياً وغير شخصي للاتصال بالآخرين في أول الأمر.

لذلك علينا توخي الحذر والتأني عند الاتصال بالآخرين عبر البريد الإلكتروني، وإتباع بروتوكول خاص متعارف عليه لحل المشاكل والمصاعب التي قد تعترضنا. يقدم لك هذا الفصل طرق التعامل مع تلك المشاكل وحلها بلطف وببساطة.

اختبار مستوى كفاءتك في التغلب على المصاعب:

إليك هذا الاختبار البسيط الذي يهدف لمساعدتك على تقويم قدرتك على حل المشاكل التي تعترضك على الانترنت بنجاح.



أسئلة الاختبار:

١ . عندما نتحدث على الهاتف ويكون الخط مشوشاً، هل:

أ - نتهي المحادثة بأسرع ما يمكن ولكن بلطافة؟

ب - نتفق مع المتحدث على الانتقال إلى غرفة حوار على الإنترنت؟

ت - تلجأ لكتابة رسالة إيميل تحدد فيها النقاط الأساسية التي تعتقد أنك سمعتها على الهاتف؟

٢ . تتبادل رسائل الإيميل مع شخص لا يتحدث لغتك بطلاقة ولا يتحدث لغته بطلاقة. هل:

أ - تطلب منه الإيضاح بقولك: «حسيما فهمت إنك تطلب مني معرفة ما إذا كان السعر يتضمن أجور الشحن...»؟

ب - تختار كلماتك بعناية وتحدث بهدوء كي يفهمك الطرف الآخر ويتحدث بأسلوبك نفسه؟

ت - تطلب مساعدة طرف ثالث يلم باللغتين ليوضح كل الاستفسارات والإجابات اللازمة؟

٣ . عليك أن تبلغ أحدهم خبراً مزعجاً. هل:

أ - تتقله بأفضل طريقة متأملاً أن تكون قد قمت بذلك بلطف وبشفافية؟

ب - تطلع على بيئة وثقافة الشخص الآخر من خلال الإنترنت لتتعرف على الطريقة الأنسب بالنسبة له لنقل مثل هذا الخبر، أو تطلب مشورة شخص على إطلاع بثقافة وبيئة من تريد نقل الخبر إليه؟

ت - تنقل الخبر كما هو، طالما أنه لا يمكنك القيام بشيء حيال ذلك؟



٤. استلمت رسالة طويلة وحساسة عبر البريد الإلكتروني وتشعر أن خبراً أو جزءاً مفقوداً منها. هل:

أ - تطلب من المرسل إعادة إرسالها وتقارنها بالنسخة الموجودة لديك؟
ب - تتجاهل الأمر خاصة وأنت لا تريد من المرسل إعادة رسالة فيها بعض المشاكل؟

ت - إذا كان الوقت ضيقاً، تقوم بالاتصال بالمرسل هاتفياً لتتباحثا في أمر الرسالة؟ أي تتأكد ما إذا كان هنالك جزء مفقود منها بالفعل وتحاول حل الإشكال إذا أمكن ذلك؟

٥. في محيط العمل، تلقيت بالخطأ رسالة إيميل حساسة جداً وشخصية ولكنها موجهة إلى شخص آخر. هل:

أ- تتصل بذلك الشخص بصورة شخصية أو هاتفياً؟
ب- تتجاهلها، وتتصرف - إذا ما سئلت - وكأنك لم تستلمها؟
ت- تحول الرسالة إلى موقع الأسماء المستعارة الخاص بالشركة أو بالقسم؟
٦. قررت الشركة تخفيض الرواتب وأجور ساعات العمل الإضافي بنسبة ١٠٪، وكانت مهمتك إعلام الموظفين بهذا القرار. هل:

أ- تعمم رسالة إيميل على الجميع بالقرار وبتاريخ البدء بتنفيذه وسبب اتخاذها؟
ب- تنقل الخبر لرؤساء الأقسام وتطلب منهم تعميمه على الموظفين لديهم؟
ت- تطلب من أحد معاونيك أن يتولى أمر تبليغ القرار؟

٧. حدثت حالة وفاة أحد أفراد عائلة كبيرة، ويجب تبليغ الأقارب (وعددهم كبير) بهذا. هل:



أ- تنشر ذلك الخبر المؤسف على عدة مواقع أسماء مستعارة (تستخدم فيها اسماً مستعاراً) يمكن أن تصل لكل أفراد الأسرة.

ب- تنقل الخبر بصورة شخصية أو بواسطة الهاتف إلى المقربين من المتوفى، أما الأبعد قرابة فتكتفي بنقل الخبر إليهم عبر الإيميل؟

ت- تطلب من شخص آخر أن يتولى هذا الأمر؟

٨. قابلت فتاة بدت لطيفة في إحدى غرف الحوار، وكخطوة أخرى قمتما بتبادل عنوانينكما على البريد الإلكتروني والبريد العادي كي تتعرفا على بعضكما البعض أكثر من خلال المراسلة. ولكن، حصل أنك كلما ازددت معرفة بها كلما شعرت بالقلق أكثر بسبب آرائها غير الناضجة، إلا أنها لم تشعر بعدم ارتياحك لها بسبب ضعف قدرتها على الملاحظة. ما الذي تفعله؟

أ- هل تخبرها عن تخوفك ومشاعرك على أمل أن تغير من أسلوبها في التعامل معك؟

ب- هل تستغني عن رمزك البريدي الذي يرأسك الجميع عليه؟

ت- هل تستخدم حاجباً يمنع وصول رسائلها؟

٩. قررت الذهاب في رحلة إلى تاهيتي لمدة شهر وقمت بحجز بطاقة طائرة من النوع الذي لا يمكن إرجاعه أو تبديله، وفجأة يعلمك رئيسك أنه لا يمكنك ترك الشركة في الوقت الراهن ويطلب منك تأجيل إجازتك بسبب مشكلة طائرة في قسم الحسابات. هل:

أ - تتخلى عن حلمك بالرحلة من أجل حل المشكلة.

ب - تخبر رئيسك أنك حجزت بطاقة طائرة غير قابلة للترجيع وأنت مضطر للسفر إلا إذا قامت الشركة بتعويض خسارتك، أي بإعادة ثمن البطاقة

لك؟



ت - تقترح أن يقوم زميلك (فلان) بحل المشكلة نظراً لكفاءته، وتعد أن تبقى على اتصال لتتابع تطورات المسألة؟

١٠. توفيت والدتك بعد مرض طويل، ولديك عدة إخوة وأخوات يسكنون في مناطق أبعد من منزلك. وقد اكتشفت أنهم على الرغم من حزنهم الشديد عليها غير مستعدين للإشراف على ترتيبات الجنازة والتكفل بمصاريفها، مما يعني تكفلك بكل شيء. بالتأكيد فإن الجميع سيحضر عند قراءة الوصية، ما الذي تفعله عندها.

أ - هل تقوم بتكفل كل شيء لوحدهك وبكل رضا حتى لو كان هذا يعني إفلاسك؟

ب - تعمم رسالة إيميل على أشقائك تذكرهم فيها بأن المتوفاة والدتهم أيضاً، وأنت لا تملك الوقت والمال الكافيين للتكفل بكل الإجراءات وحدك؟

ت - تعمم رسالة إيميل على أشقائك تعلمهم فيها بالمهام المترتبة على كل فرد منهم، بعد أن تكون قد قمت بتقسيم العمل وكلفته عليهم. وتعرض عليهم أن تتولى أنت مهمة الإشراف على الإجراءات النهائية إلى جانب قيامك بالمهمة المتوجبة عليك؟

الإجابات المناسبة:

١. الإجابة (ب)، لم الإصرار على متابعة الحديث بالهاتف على الرغم من تشوش الصوت بينما يمكنك القيام بذلك بسهولة عبر غرفة حوار دون أن يفوتك شيء من الحديث.

٢. (أ)، بتقسيم الإيميل ومراجعة كل نقطة فيه تتجنب أي سوء فهم محتمل وتقوم بمراجعة الرسالة والتأكد من خلوها من أية أخطاء إملائية أو إنشائية.



٣. (أ)، استعن بخدمات الشبكة أو بأي شخص لمساعدتك في كتابة الرسالة كي لا ترتكب أية أخطاء.
٤. (ت)، إن الاتصال المباشر هو الحل الأنسب في مثل هذه الحالات.
٥. (أ)، هنا أيضاً يكون الاتصال المباشر أفضل الحلول طالما أن الموضوع يتعلق بأمر شخصية حساسة. ويستحسن هنا أن تخبر المرسل بالخطأ الذي حدث كي يحاول إصلاح الأمر.
٦. (ب)، لأن هنالك عادةً علاقةً شخصية بين مدراء الأقسام المباشرين وموظفيهم، لذا يكون من الأفضل أن يقوموا هم بإطلاعهم على قرار تخفيض الرواتب وشرح الأسباب الموجبة لذلك.
٧. (ب)، حاول نقل الخبر المؤسف بصورة شخصية أو عبر الهاتف إلى المقربين وعبر الإيميل إلى الأقارب البعيدين نوعاً ما.
٨. حاول الجواب (أ) أولاً، ولكن من الممكن أن لا تلاحظ تلك الفتاة أنها تزعجك. إذا حدث هذا فعلاً حاول أسلوب الجواب (ت) وانصرف إلى غرفة حوار أخرى.
٩. اختر أحد الجوابين (ب) أو (ت) وتمسك بحقك في ذلك. لأن أي شركة محترمة لا يمكن أن تطلب مثل هذا الطلب من أحد موظفيها دون أن تقوم بتعويضه عن الخسارة التي قد يتكبدها.
١٠. (ت)، وزع المهام على أفراد الأسرة آخذاً بعين الاعتبار إمكانيات كل فرد المالية وما إذا كان لديه الوقت الكافي لذلك. إذا حدث أي اعتراض من أي شخص، حاول أن تجمع الجميع للاتفاق على تقاسم المهام كل حسب مقدرته.



انتبه للغتك!

تجنب استخدام ألفاظ السباب مهما كانت المشكلة التي تواجهها. يمكن كسر هذه القاعدة فقط مع الأصدقاء، أفراد الأسرة، وزملاء العمل المقربين جداً. وتذكر جيداً أن تفسيرك لتلك الكلمات قد لا يأخذ المعنى البسيط نفسه الذي تقصده لدى المتلقي.

تجنب كذلك استخدام الألفاظ المزعجة مع: كبار السن، المدراء، الأشخاص الذين لا تعرفهم بشكل كاف، الأصدقاء الذين تتعرف إليهم عبر الشبكة، أو في الاجتماعات التي يتواجد فيها أشخاص لا تعرفهم.

تهدئة حوار غاضب على الشبكة:

- ❖ إن ما يدور في غرف الحوار على الإنترنت يشبه ما قد يدور أو يحدث في أي حوار من تطور مزعج في بعض الأحيان نتيجة لاختلاف آراء المتحدثين وخروجهم عن آداب وقواعد الحوار. وقد يخرج الحديث عن مساره في عدة حالات نذكر منها:
- ❖ عندما يجتمع ندان أو أكثر في غرفة حوار دون أن يكون لديهم أي استعداد مسبق للمصالحة.
- ❖ عندما يعلن عن أي خبر سيء قد يفاجئ المتحاورين دون أن يكونوا مهياًين لسماعه. وهنا قد يلقي بعضهم أو أحدهم اللوم جزافاً على الآخرين، مما قد يعقد الأمر ويزيده سوءاً.
- ❖ عندما تدخل إحدى الشخصيات الصعبة والمعقدة إلى الغرفة وتبدأ بالتباهي واستعراض إمكانياتها «عضلاتها» أمام الآخرين حاطةً من شأنهم.
- ❖ عندما يشارك مدير ما من النوع الثائر كالبركان في إحدى غرف الحوار ويتسبب بإزعاج الآخرين.



مثال عن حالة تدخل في خلاف عائلي على الشبكة:

إليك حواراً يدور بين عدة أشخاص من أسرة واحدة أنت واحد منهم. فجأة احتدم النقاش بين اثنين منهم حول بند في وصية شخص راحل عزيز بينما سكت باقي المشاركين لدهشتهم من تصرف هذين الشخصين غير الملائم.

هنا يأتي دورك لتتصرف كبطل وتتخذ الموقف وتتخذ معه تماسك العائلة، بدلاً من السكوت والسماح لتلك الرابطة الأسرية بالتمزق. الحديث يدور بين أحمد وأمجد وأيهم (أنت):

أحمد: أمجد! أنا لن أكف عن تذكيرك بهذا أبداً. لقد وعدتني جدتي رحمها الله منذ زمن بتلك الأريكة. أعرف أنها قد أوصت لك بالمنزل والأثاث، ولكن باستثناء تلك الأريكة. وليكن بعلمك أنني لن أتكلم معك ثانية إذا لم تعطني إياها. إنها تعني الكثير بالنسبة لي، ولي معها العديد من الذكريات!

أيهم (أنت): أرجوكم (أحمد وأمجد)، هذا اجتماعنا الأسبوعي عبر الشبكة الذي اتفقنا جميعاً على اللقاء من خلاله لنبقى على اتصال ببعضنا البعض بسبب بعد المسافات بيننا. وهذا ليس المكان ولا الزمان المناسبين لمناقشة مثل هذا الأمر وللنزاع على قطعة أثاث. أرجوكم أن تحلوا هذا الخلاف خارج الشبكة، وبممكنكما طلب العمة سلمى لتتوسط بالصلح بينكما. أظن أنني أتكلم بالنيابة عن كل شخص موجود هنا: إذا كنتم لا تستطيعان إيقاف هذا الجدل فوراً، أرجوكم أن تغادرا غرفة الحوار.

إن تهدئة أي حوار غاضب أمر في غاية الصعوبة، ولكن يمكنك أن تقوم بهذا وتتحول إلى صانع سلام على الشبكة. نقدم لك هاتين الطريقتين لمساعدتك على النجاح في مثل هذه المهمة:



الطريقة الأولى:

بدايةً، عليك تقويم الموقف جيداً، حاول قبل التدخل أن ترسم أو تتخيل شجرة العائلة لتفهم العلاقة بين الأطراف المتنازعة بشكل أكبر.

إذا كان الأمر عائلياً بحتاً، وكانت جماعتك أو طائفتك ترى أنه من الحكمة أخذ رأي كبار السن في مثل هذه الحالات، قم باستدعاء الأشخاص المناسبين لذلك. أما إذا كان الخلاف يتعلق بالعمل، ولم يكن مديرك طرفاً في النزاع، قم بطلب المساعدة منه. إذا لم يكن الأمر لا هذا ولا ذاك، أطلب من الأشخاص أطراف النزاع أن يحلوا خلافهم خارج الشبكة كي يستطيع باقي الموجودين في الغرفة متابعة حوارهم.

إذا استمر الجدل والخلاف، انسحب من الاجتماع، أو - إذا كان البرنامج الذي تستخدمه يسمح بذلك- قم أنت وباقي المتحاورين بإخفاء ظهور حديث (iggy) الشخص أو الأشخاص المزعجين.

الطريقة الثانية:

من غير الممكن تجاهل أمر أي نزاع قد يحدث بين المتحاورين في غرف الحوار كما في الطريقة الأولى. قد تفرض عليك بعض الحالات التدخل خاصة إذا كنت أنت أكبر شخص في العائلة موجوداً في الاجتماع أو كنت المدير وكان الجدل يدور بين موظفيك في وجودك. إليك طرق معالجة مثل هذا الوضع:

❖ اطلب من كل طرف أن يشرح شكواه على حدة بما لا يجاوز ١٠٠ كلمة: إن الهدف من هذا أن يحقق هدوءاً نسبياً في جو الغرفة أثناء انهماك كل طرف في كتابة ما لديه. لا تسمح لأي منهما بتجاوز حد الكلمات المسموح وإذا شعرت أن أحدهما يخرج في كلامه عن الموضوع قاطعه كي لا يتغير مسار الحديث.

❖ تمعن جيداً في شكوى الطرفين وحاول أن توفق بينهما بحل وسط: اسأل الطرفين الأسئلة اللازمة لتوضيح الأمر. وبما أن الطرفين المتنازعين



يعرفان أن جميع من في الغرفة يراقبهما ويتابع حديثهما، لذلك فإنهما سيتجنبان الكذب والمبالغة.

- ❖ **حدد النقاط المشتركة بين المتنازعين:** بعد تحديد هذه النقاط يمكنك أن تطلب تعليق من لا يمانع التدخل من الموجودين في الغرفة في حل الخلاف.
- ❖ **إذا تمت تسوية الخلاف بين الطرفين المتنازعين، خذ وعداً منهما بعدم إثارة القضية موضوع الخلاف مرة أخرى:** أما إذا لم يتوصل الطرفان لحل وسط بينهما، اطلب منهما الاجتماع وجهاً لوجه خارج الشبكة لتسوية الأمر وكف عن محاولة الإصلاح بينهما حتى لا يأخذوا المزيد من وقت باقي الموجودين في الغرفة.

حيل سريعة لنزع فتيل أي خلاف على الشبكة:

إليك هاتين الطريقتين السهلتين لتهدئة أو حتى إيقاف أي خلاف قد يحدث على الشبكة:

- **غير الموضوع:** يمكنك القيام بذلك بسهولة. انتظر حتى تسنح لك فرصة الكلام وقم بتوجيه سؤال عن موضوع آخر إلى أحد المتنازعين - على أمل أن يفهم باقي الموجودين في الغرفة هدفك ويحذوا حذوك.
- **اطلب من الأطراف المتنازعة الاجتماع بك على انفراد:** إذا تقاوم أمر الخلاف، اطلب من الأطراف المتنازعة فرد أوراقهم إما في الغرفة نفسها أو في غرفة حوار خاصة وبحضورك للتوسط بينهم من أجل الصلح. اطلب من باقي الموجودين في الغرفة تعليق الاجتماع لحين حل الخلاف.

التعامل مع حوار ساخن:

قد تلقى أحياناً اهتماماً من شخص معين في إحدى غرف الحوار وقد يطلب منك هذا الشخص التحدث على انفراد في غرفة حوار خاصة للتعرف إليك أكثر،



ولكن سرعان ما تكتشف رغبة هذا الشخص بالتطرق إلى مواضيع خاصة وحساسة ومحرجة علاوة عن استخدامه لألفاظ خادشة للحياء. هنا أمامك عدة حلول للتخلص من هذا المأزق:

❖ **غادر الغرفة:** ولا داع لأن تودع الشخص الذي تحاوره. ويستحسن أن تغلق خطك في ذلك اليوم. بعدها لا تعاود دخول غرفة الحوار نفسها، وغير الاسم الذي تستخدمه على الشاشة - إذا كنت قد أعطيت ذلك الشخص عنوانك الكامل فأنت في ورطة حقيقية.

❖ **أرسل إشعاراً بوجود من ينتهك حرمة آداب غرف الحوار إلى مشغلي الخدمة:** فشبكة أميركا أون لاين على سبيل المثال تظهر لك نافذة مكتوب عليها {Notify AOL} (إشعار AOL)، يمكنك الدخول إليها إذا تلقيت أية رسائل مسيئة أو خادشة. عندها ستقوم خدمة AOL بقراءة نص قانون عقوبة من ينتهك حرمة الخط على الشخص المسيء، إن معظم خدمات الشبكات توفر لك هذه الميزة التي ننصحك ألا تتردد باللجوء إليها إذا اضطرك الأمر.

❖ **أجب بصراحة:** أخبر الشخص الذي تحاوره مباشرة عبر نافذة الرسائل الفورية بأنك لم غير مستعد لسماع مثل هذا الحديث، ثم قم بحجب اسم ذلك الشخص.

أهم قاعدة في التشات:

ما هو الأمر الأهم من تعرفك على أصدقاء جدد من بيئات مختلفة ورصد الاختلاف بين تلك البيئات؟ إنه أمنك وسلامتك. لهذا السبب نقدم إليك هذه القاعدة الهامة - بل الأهم - التي ينبغي عليك التقيد بها في غرف الحوار عند تحاورك مع غرباء:

إياك ثم إياك ثم إياك أن تعطي عنوانك الفعلي (عنوان منزلك) أو رقم هاتفك أو عنوان بريدك الإلكتروني الأصلي إلى أي شخص لا تعرفه. وإلا فإنك



ستستلم رسائل غير طبيعية من أشخاص غير أسوياء. وقد يتصلون بك على هاتفك أو يظهروا فجأة في وجهك عند منزلك في أوقات مزعجة (ربما بعد منتصف الليل). وتذكر أن عدة أشخاص قد قتلوا - نعم قتلوا- من قبل أشخاص تعرفوا إليهم عبر الشبكة.

ماذا عندما يغادر أحدهم المجموعة:

عندما يترك شخص ما المؤسسة أو الشركة تحت أي ظرف، خاصة إذا تم دفعه لذلك، فإنه يترك فراغاً في نفوس الأشخاص المقربين إليه والمتعاطفين معه. قد تكون أنت من بين أولئك المتعاطفين ولكن مع ذلك أمامك مهمة إعلان ذلك على الموظفين والمتعاملين مع الشركة.

هنا عليك أن تقوم بكتابة رسالة تبليغ بذلك الأمر، ويجب أن يكون أسلوبها إيجابياً بحق الشخص المغادر. ولا تنس أن تذكر اسم الشخص الذي حل محله إن تم هذا فعلاً. لنشر هذه الرسالة في محيط العمل، سيكون البريد الإلكتروني وسيلة جيدة لتحقيق ذلك، أما لإعلام جميع زبائن وعملاء الشركة، فيكون من المستحسن نشر الخبر في إحدى الصحف الرسمية. ولكن تذكر تبليغ العملاء الهامين بصورة شخصية قبل نشر ذلك الخبر بصورة علنية.

كتابة تبليغ علني بمغادرة شخص للشركة:

عندما يتم الاستغناء عن خدمات أحد موظفي شركة ما، يجب تبليغ ذلك بشكل علني في الصحف، ولكن بطريقة إيجابية بحق الشخص المعني بالأمر دون الإساءة إليه ودون ذكر سبب تسريحه من العمل.

وكما ذكرنا سابقاً فإن الإيميل سيكون وسيلة جيدة لنشر مثل ذلك القرار (في محيط العمل) بالإضافة إلى استخدام الفاكس أو تعميم بلاغ رسمي مطبوع على جميع الموظفين. ينبغي أن يكون هذا التبليغ قصيراً لأن معظم المتلقين سيكونون على



الأغلب على علم بذلك القرار. إن اختصار التبليغ وعدم الإشارة بشكل سلبي إلى من صدر بحقه القرار سيحمي الشركة من احتمال ملاحقة ذلك الشخص لها قضائياً بتهمة الإساءة إليه. وتجدر الإشارة أن مثل ذلك القرار يجب أن يوقعه شخص أعلى مرتبة حتماً من الشخص المغادر.

نموذج عن قرار تسريح:

إليك هذا النموذج لقرار تسريح تم نشره عبر الإيميل - من الممكن أن يكون مطابقاً للقرار المطبوع -:

٢٨ تموز، ٢٠٠١ - بلاغ عام

تلن شركة بيكر للصناعات الغذائية آسفة عن ترك نائب مدير المصنع، السيد تشارلز جونسون، العمل في شركتنا. عمل السيد تشارلز في الشركة ابتداءً من عام ١٩٩٥ وساهم في تطوير خطوط إنتاج عديدة ساعدت على خفض تكاليف الإنتاج بنسبة ٢٥%. إن السيد تشارلز مضطر لمغادرتنا لظروف خاصة متعلقة به. نتمنى له النجاح والتوفيق. سيكون تاريخ مغادرته العمل في الأول من حزيران القادم.

د. ساني بيكر،

شركة بيكر للصناعات الغذائية.

وإذا كان سيتم إرسال هذا البلاغ إلى عملاء أو شركات أخرى أو إلى الصحافة، يمكن عندها إضافة الفقرة التالية:

يمكن توجيه أية أسئلة أو استفسارات إلى مسؤولية العلاقات العامة السيدة أليس براون. يمكنك الاتصال بها على هاتف رقم ٤٢٣٤-٥٥٥-٠٢١ أو على الرمز البريدي alibrown.com. يمكنكم الحصول على المزيد من المعلومات حول الشركة على الموقع التالي على شبكة الويب: www.bakerfoodcomp.com.



التبليغ عن مغادرة عضو أساسي في العمل:

عندما يترك عنصر من عناصر العمل الأساسيين، علينا قول ما هو أكثر من عبارة «سوف نفتقدك». إننا لا نتكلم هنا عن الأشخاص العاديين الذين من الممكن استبدالهم بسهولة وإنما نتكلم عن شخص تتمحور الشركة حوله. إننا نتكلم عن ترك أشخاص مثل ستيف جوبز / Steve Jobs بالنسبة لشركة كومبيوتر أبل / Apple Computer والممثلة سوزان سامرز / Suzan Summers بالنسبة للمسلسل الكوميدي الشهير الشركاء الثلاثة Threes Company.

في مثل هذه الحالات، فإن آلاف الأسئلة والاستفسارات ستطرح من قبل العاملين والعملاء على حد سواء عن سبب رحيل ذلك الشخص. لذا سيكون من المجدي تخصيص موقع على شبكة الويب لتوضيح «النبأ وإعطاء شرح مفصّل عن خطة الشركة من أجل إيجاد بديل مناسب له، مع تقديم تحليل لوضع الشركة العملي بعد مغادرته.

نقل خبر سيء بطريقة لا تؤدي لقتل ناقل الخبر:

من المناورات التقليدية إطلاق قذائف بسيطة على المكان الذي يتوقع العدو هجومك عليه، ومن ثم القيام بهجوم كبير على آخر مكان يتوقعه العدو، وعندها، بفضل عنصر المباغته والارتباك الذي سينجم عنه، لن تلقى إلا مقاومة بسيطة. إن السحرة ولاعبي الخفة يعتمدون على هذا المبدأ نفسه أيضاً، وهم يدعونه «التضليل». فبينما يلهونك بإشارات يقومون بها بيد، يعتمدون إلى تنفيذ حيلتهم باليد الأخرى.

يمكنك أنت أيضاً إتباع هذا المبدأ عند نشر أية أنباء سيئة تخص الشركة. في مثل هذه الحالات قم بإرسال بلاغين، واحد بالنبأ السيئ وآخر يحمل إعلاناً براقاً عن آخر إنتاج للشركة أو خبراً عن تحسن واردات الشركة أو ما شابه ذلك.



وبجميع الأحوال، يجب أن يكون إعلان استقالة أحد عناصر الشركة الهامة واضحاً وصريحاً في ذكر أن تلك الاستقالة ستؤثر سلباً على الشركة، وإلا فإن التكتّم سيفسح المجال للقليل والقال بين العملاء والمحللين الاقتصاديين ووسائل الإعلام حول هذا الخبر. وستسمع عندها عناوين مثل: «لاعب أساسي في شركة كذا يغادرها! ما الذي بعد ذلك؟» أو مثل «هبوط عنيف في أسعار الأسهم إثر انتشار نبأ ترك جونسون لشركة بيكر للصناعات الغذائية».

وداع لاعب أساسي في الشركة:

إليكم هذا الإيميل الذي يعلن عن ترك عنصر أساسي في الشركة العمل. ستلاحظون طول هذا الإيميل وكيف أنه لا يحاول أن يتستر على تعرض الشركة للخطر نتيجة رحيل ذلك الشخص، لأن الأشخاص الهامين في نطاق العمل يدركون هذه الحقيقة ولن يكون هناك فائدة من إنكارها. إن هذا الإيميل يعلم من لهم علاقة بالأمر بشكل مباشر وصريح بقرار ذلك الشخص بترك العمل، ويذكر مساهماته الكثيرة ويعرض (إذا أمكن) خطة الشركة لسد فراغ غيابه.

٢٨ تموز ٢٠٠١ - بلاغ عام

أعلنت شركة بيكر للصناعات الغذائية استقالة السيد تشارلز جونسون، نائب مدير التصنيع. إن السيد تشارلز واحد من مؤسسي هذه الشركة وعنصر أساسي في زيادة الإنتاج والتوزيع المحلي. من المتوقع أن تترك خسارته تأثيراً مباشراً على عمليات التصنيع. ونظراً لدوره الهام، فقد عرض السيد مارتن بلاك المتقاعد القيام بمهام السيد تشارلز لمدة ستة أشهر ريثما يتم العثور على البديل المناسب والدائم. وقد قال نائب المدير العام السيد براون هذه الكلمة في هذا الخصوص: «لقد تعرضت الشركة في السابق لعدة عواصف ولكنها خرجت منها بسلام. والآن، مع رحيل السيد تشارلز جونسون غير المتوقع، فإننا سنعمد لتخفيض بعض المصاريف وإعداد موازنة قوية جديدة، بالإضافة إلى مواكبة



أحدث التطورات التكنولوجية لمنع تعريض الشركة لأية نكسة مالية..»

إن غياب السد تشارلز لن يؤثر على الشركة فقط وإنما على الصناعة بشكل عام. إن اختراعاته التي قدمها لتطوير الآلات قد ساهمت في تقدم صناعتنا ووضعت شركتنا في مقدمة شركات الصناعات الغذائية المطورة والمبتكرة. إن الشركة تشكر السيد تشارلز وتتمنى له مزيداً من التوفيق والنجاح في حياته العملية.

لقد أوكلت الشركة إلى المدير التنفيذي السيد ستانلي مهمة تعيين الشخص البديل والمناسب. أما بخصوص أية أسئلة واستفسارات عن السيد تشارلز، فيمكنكم الاتصال بالسيدة أليس براون مديرة العلاقات العامة على الرقم ٢١-٥٥٥-٢٤٢٥ وعلى الرمز البريد الإلكتروني alibrown.com. أما للحصول على المزيد من المعلومات حول شركة بيكر للصناعات الغذائية، فيمكنكم دخول موقع الشركة على موقع الويب التالي: www.bakerfabrics.com.

إشعار بتأخر الدفع:

إذا اضطررت للتأخر عن دفع المستحقات التي عليك لأحد البائعين عن الموعد المتفق عليه، عليك إعلام البائع مسبقاً بذلك، إنَّ أسوأ ما يمكن أن تقوم به هو ترك البائع يتخبط في حيرته بسبب تأخرك بالدفع وعدم الرد على رسائله عبر الإيميل أو على اتصالاته الهاتفية والاختفاء من أمامه.

إليك هنا ما يتوجب عليك القيام به؛ أولاً أرسل رسالة إيميل إلى البائع، ومن ثم قم بالاتصال به هاتفياً في اليوم نفسه (هذا إذا لم يتصل هو بك).



نموذج عن رسالة إيميل تحمل أخباراً مالية مزعجة:

هاي تيد: أود إعلامك عن تعرضنا لأزمة مالية طارئة ستؤثر على عملية دفع قيمة البضاعة التي استلمناها منك لبعض الوقت بسبب نقص السيولة النقدية لدينا في الوقت الحالي. لقد تأخر عملاؤنا في دفع ما يترتب عليهم لشركتنا مما سيضطرنا لتأخير دفع فواتيرنا لبعض الوقت. نحن بانتظار وصول دفعة من أحد عملائنا هذا الأسبوع خاصة وأني أبذل ما أستطيع لتحقيق هذا. أتمنى أن تتم تسوية أمورنا المالية خلال خمسة عشر يوماً على الأكثر. أقدر لك تفهمك. سأتصل بك هاتفياً عصر اليوم بعد التحدث إلى ذلك العميل لأطلعك على آخر التطورات، التي أتمنى أن تحمل أنباءً طيبة لنا جميعاً.

أعتذر ثانية،

أليكس بالدوين،

مدير الحسابات في شركة بيكر للصناعات الغذائية.

عند إرسالك مثل هذه الرسالة، حاول أن تحدد قدر الإمكان تاريخ دفع فواتيرك المتأخرة. في هذه الرسالة لا نرى موعداً محدداً نظراً لأن أليكس لا يملك معلومات محددة عن تاريخ وصول المال المستحق لشركته إلى صندوقه. أما بالنسبة لك، يمكنك على الأقل أن تعرض دفع جزء من المبلغ الإجمالي على أن تؤخر دفع الجزء المتبقي. إن هذا التصرف سيدل على نواياك الطيبة ولن يشعر البائع بعدم الثقة تجاهك في تعامله معك.

إبقاء العملاء على علم بحقيقة الوضع:

إليكم هذه الرسالة التي تعلم المستلم بتأخر وصول الشحنة التي ينتظرها:

عزيزي السيد تشارلز،

أعتذر عن هذا الخبر المزعج الذي أحمله لكم في هذا الإيميل. إن النموذج رقم ٧ من بضاعتنا لم يكن بالكفاءة المطلوبة لذلك لم يقبل مهندسو الشركة اعتماده



بشكله الحالي وسيعملون على تحسينه وتعديل الأخطاء الفنية فيه. لذلك فإننا مضطرون لتأجيل شحن الكمية التي طلبتموها حتى الربع الأول من السنة القادمة. نعرف أن هذا التأخير سيتسبب لكم بمشاكل كثيرة مع عملائكم الذين ينتظرون النموذج رقم ٧. من أجل تعويض أية خسارة محتملة قد تتعرضون إليها، نعرض عليكم إرسال النموذج رقم ٦ مع تقديم حسم عليه بنسبة ٥٠٪ من سعره الحالي. بالإضافة إلى ذلك سنقوم بتخفيض سعر النموذج رقم ٧ الذي اتفقنا عليه سابقاً عند انتهائنا من معالجة الخلل الفني فيه وذلك للتعبير عن أسفنا واعتذارنا مرة أخرى.

سأتصل بكم هاتفياً عصر اليوم أو صباح الغد من أجل توضيح الأمر والتفاهم معكم على أية شروط جديدة ترونها مناسبة. نقدر لكم تفهمكم لهذا الأمر ونكرر لكم اعتذارنا عن هذا الخلل.

المخلص،

الفرد بلاك، نائب مدير المبيعات

شركة... لتكنولوجيا البناء

إشعار بتأخير شحن بضاعة:

في كثير من الأحيان قد تصل البضاعة المطلوبة متأخرة عن مواعدها المتفق عليه مما يعرضها أحياناً للكساد أو لعدم إيجاد نافذة لتسويقها بسبب تأخرها عن السوق. يرجع مثل هذا التأخير لعدة أسباب منها الأخطاء أو الأعطال الفنية ومنها سوء إدارة الجهة المنتجة. إليك هنا بعض النصائح لما ينبغي عليك القيام به في حال تأخرك بإرسال بضاعة إلى أحد الزبائن:

❖ قم بإعلام الزبون بالتأخير في أبكر وقت ممكن، و اشرح له سبب ذلك التأخير وبالإجراءات التي ستتبعها لحل الإشكال مع تحديد موعد ثابت لوصول البضاعة.



❖ أطلع الزبون على المشكلة وعن خطتك لحلها، أما إذا كان حل تلك المشكلة مستحيلاً، فأخبره الزبون بذلك على الفور بدلاً من مفاجأته بهذا الخبر في اللحظة الأخيرة، الأمر الذي قد يؤدي بذلك الزبون إلى الهاوية لعدم إعطائه الفرصة الكافية لحل إشكاله بدوره مع عملائه.

❖ اعرض عليه البديل: قدم له البديل المتاح أو الممكن في الوقت الحالي وبسعر مخفض ريثما يصبح بالإمكان شحن البضاعة الأصلية المتفق عليها، إذا كان السعر الذي تعرضه منخفض بما فيه الكفاية فإنك ستساعد زبونك على حل مشكلته مع عملائه دون أن تتسبب له بضرر كبير، وهذا ما سيجعل الجميع راضياً نوعاً ما.

كيف تعلم الآخرين بموت قريب أو صديق:

إن أفضل طريقة لنقل خبر كهذا هو نقله شخصياً أو هاتفياً للأشخاص المقربين من المتوفى والذين يمكنك الوصول إليهم بسهولة. أما أولئك الأشخاص الأبعد قرابة أو مكاناً، فيمكنك إعلامهم بالخبر عن طريق الإيميل. يجب أن تكون رسالتك ودية ومتعاطفة. وتذكر أن غرف الحوار المخصصة لاجتماع العائلة ليست المكان الأنسب لإعلان هذا الخبر، إلا إذا كان الراحل بعيد الصلة بمن هم مجتمعون في غرفة الحوار.

إليك هذا النموذج لإعلان وفاة منشور في إحدى الصحف:

وفاة السيدة مارتا بيكر، ٨٦ عاماً، مدبرة منزل من فيلادلفيا، يوم الأربعاء ٢٦ شباط في منزلها.

السيدة بيكر أصلها من أيوا وعاشت في فيلادلفيا منذ عشرين عاماً. عملت كمديرة منزل لأكثر من ٥٠ عاماً وقد كانت عضواً في الكنيسة اللوثرية. كان يعيها في آخر حياتها ابنها ويليام الذي يعمل في كورونا في كاليفورنيا، وابنتها كريستين التي كانت تعيش بالقرب منها.



ستتم الصلاة على روحها في كنيسة الحي، رقم ١٢٣٤ شارع برادفورد. وسيقام مجلس عزاء على روحها في منزلها في الساعة السادسة من يوم الجمعة ٢٨ شباط.

نموذج عن رسالة إيميل لنقل خبر وفاة:

عزيزتي نانسي، أعلم أنه قد مضى وقت طويل على آخر رسالة بعثتها إليك، ويحزنني أن أنقل لك في رسالتي هذه، بعد ذلك الانقطاع، خبراً مؤسفاً يتعلق بالسيدة مارتا شقيقة صديقتنا أليس. أعرف أنك لم تكوني على علاقة وثيقة بها، ولكنني أحب أن أتحدث عنها هنا، لأنها كانت محبوبة من الجميع. لقد توفيت عن عمر يناهز ٨٦ عاماً في منزلها الذي سكنته منذ عشرين عاماً.

أتذكر عندما كنت أمضي أوقات فراغي في الصيف في حديقتهما عندما كنت في سن المدرسة. لقد ذهبنا معاً في رحلة بحرية للصيد ذات مرة، وهي التي علمتني قواعد العزف على آلة الفلوت.

ستقام مراسم العزاء في كنيسة الحي الذي تقطنه في برادفورد حيث سيتلقى ابنها ويليام وابنتها كريستين التعازي، وسيتم دفنها بناءً على وصيتها قرب زوجها الراحل أونيل.

أسف مجدداً لنقل هذا الخبر، وآمل أن تسنح لنا الظروف أن نلتقي قريباً.

ليزا

لاحظ أن نعي أحدهم في رسالة إيميل يكون تقريباً بطول الرسالة العادية، دون أن يتجاوز الحد المعقول الذي نفترض معه أن المتلقي مهتم لسماع أخبار الراحل. أما إذا كان النعي قصيراً، فإنه سيبدل في هذه الحالة على البرود وعدم الاكتراث لرحيل ذلك الشخص.



في حال إرسالك نعي لأحدهم عبر الإيميل فإن هذا يفترض أمرين:

❖ أن المتلقي والراحل لم يكونا على صلة وثيقة ببعضهما البعض، وأن رسالتك هي مجرد نقل لأخبار العائلة العامة ولن تشكل صدمة للمتلقي.

❖ بدون رسالتك هذه، لم يكن المتلقي سيعلم بأمر وفاة الراحل.

ولكن انتبه! فقد يكون المتلقي والراحل على معرفة ببعضهما البعض وقد تكون علاقتهما أقوى مما تظن، إذ ليس من المستبعد أن يكونا أصدقاء طفولة قبل أن تولد أنت نفسك. لذا عليك قبل كتابة أية رسالة نعي أن تستفسر جيداً عن مدى العلاقة بين المتوفى والمرسل إليه.

كيف تعتذر عن خطأ ارتكبته في حق صديق أو قريب:

من الأمور العسيرة التي قد تتعرض لها هو اضطرارك لإصلاح خطأ ارتكبته بحق شخص تربطك به علاقة صداقة أو قرابة قوية. إن أفضل طريقة في هذه الحالة هي حل الخلاف وجهاً لوجه بدعوة الطرف الآخر على العشاء على سبيل المثال، من خلال رسالة توجهها إليه عبر البريد الإلكتروني.

إليك هذه الطرق التي قد تساعدك في حل إشكال من هذا النوع:

❖ الطريقة الأولى (يمكن استخدامها مع طريقة أخرى):

١. أرسل بطاقة اعتذار عبر الإيميل. يمكنك تجربة ما يقدمه لك الموقع التالي في هذا الخصوص www.egreetings.com. يقدم لك هذا الموقع بطاقات مجانية. وهناك غيره من المواقع والشركات التي تقدم خدمات مشابهة مجانية.

٢. قدم اعتذاراً شخصياً.

٣. أرسل رسالة اعتذار عبر البريد الإلكتروني.

٤. اتصل هاتفياً للغرض نفسه.



❖ الطريقة الثانية (يمكن استخدامها مع غيرها):

١. قم بدعوة الشخص الذي يعنيك إلى إحدى المقاهي أو المطاعم.
٢. أرسل هدية لطيفة.
٣. توجه إلى منزل الشخص المعني وخذ معك شيئاً تعرف أنه يحبه.

❖ الطريقة الثالثة:

إن أكثر طريقة مؤثرة هي أن تعتذر من الشخص الذي أسأت إليه في حضور الأشخاص الذين يعلمون بالأمر. ابدأ حديثك بقول جملة على هذه الشاكلة: «لقد عملت مع ماري لمدة سبعة أعوام تقريباً وأعتقد أنني قد تصرفت معها مؤخراً تصرفاً مزعجاً لا تستحقه لذا فإنني مدين لها باعتذار.» ثم قدم اعتذارك أمام الجميع بالطريقة المناسبة لك.

إذا لم تتفعل هذه الطريقة لن ينفعلك شيء آخر على الأغلب. حاول أن تختصر الكلمة التي تقولها بحيث لا تتجاوز في مدتها الدقيقتين، إلا إذا كنت تشعر أن غلطتك كانت أكبر من ذلك وأنها تستحق المزيد من الشرح والتبرير.

نقل بعض الأنباء العاطفية الحساسة:

لا تستخدم رسالة الإيميل أبداً حينما يكون من المفروض عليك القيام باتصال مباشر بشخص ما. هنالك عدة طرق لنقل خبر حساس نوردها لك هنا بالترتيب حسب أهميتها:

١. نقل الخبر مباشرة وبصورة شخصية بالاستعانة بشخص يعنيه ذلك الأمر.
٢. نقل الخبر بصورة شخصية مع الاستعانة بشخص بعيد نوعاً ما.
٣. بواسطة الهاتف.
٤. بواسطة استخدام برنامج خاص بالبريد الإلكتروني (إيميل) يقدم خدمة نقل الصوت.



٥. بواسطة رسالة عبر البريد الإلكتروني.

٦. بواسطة البريد العادي.

٧. بإرسال برقية إذا كنت في دولة من دول العالم التي لم تعتمد الإنترنت بعد كوسيلة للاتصال.

كلمة أخيرة نقولها لك هنا هي أن العالم مليء بالصعوبات، ولا بد أنك ستواجه بعضها في يوم من الأيام. ولكن لن يكون من الصعب عليك اجتيازها إذا عرفت كيف تعالج الأمور بروية وكياسة.



orderikandi.com



كيف تتحدث على موقعك على شبكة الويب

أصبح من الشائع هذه الأيام أن يكون لديك موقعٌ على شبكة الويب من أجل أمور العمل. ولكن هل يفيدك فعلاً وجود هذا الموقع في تطوير عملك وزيادة مردوده إلى درجة تتناسب مع الوقت الذي تقضيه والجهد الذي تبذله لبرمجة وتحديث هذا الموقع.

قبل الإقدام على هذه الخطوة عليك التفكير بجدية حول احتياجات السوق لديك قبل أن تفكر بكسب المال عبر اللجوء إلى موقع الويب. بالتأكد هنالك بعض أنواع من الأعمال والخدمات التي يقدم لها الإنترنت والويب فوائد كثيرة تتعلق بالتسويق والتوزيع. وفي هذا الخصوص، يوجد كثير من شركات برامج الحاسوب ومجالات الشبكات وأنظمة البريد التي تسمح لك بالاستفادة جيداً من موقعك على شبكة الويب، هذا طبعاً إذا عرفت ما الذي يجب أن تقوله على هذا الموقع.

سر موقع الويب الناجح:

إن مجرد حصولك على موقع على شبكة الويب لن يكفي لمساعدتك على تسويق إنتاجك أو خدماتك إذا لم تعرف كيف تبرز موقعك بين آلاف المواقع المنتشرة، للإعلان عن موقعك عليك القيام بثلاثة أمور أساسية:



١. عليك أن تسجل موقعك لدى أفضل شركات البحث (search engine).
٢. عليك الاعتماد على الخدمات الإعلانية المجانية وغير المجانية التي تقدمها شبكة الويب والتي تحدثنا عنها في الفصل ١١.
٣. عليك أن تبحث بين مواقع الشبكة باستمرار عن المواقع التي لها علاقة بعملك والتي يمكنك وصلها بموقعك.

ماذا بشأن عمل صفحة على الويب؟

إذا توصلت إلى أن تخصيص صفحة على الويب أمر مفيد من أجل عملك، تذكر أن تصميم الصفحة الناجحة على الويب يتبع القواعد نفسها الخاصة بتصميم صفحة إعلانية مطبوعة (مع أنه قد يكسرها أحياناً لأسباب فنية وجمالية)، ولكن ضمن إطار شاشة الحاسوب بدلاً من الورق. هنالك مئات، بل ربما آلاف، التصميمات الخاصة بمواقع الويب متوفرة على الإنترنت لتساعدك على تصميم رمز HTML (لغة برمجة الويب الخاصة)، وعمل مخطط لصفحتك ونشر صور على الويب. يمكن للمبتدئين الدخول إلى الموقع التالي <http://www.webmonkey.com>، وهو واحد من تلك المواقع العديدة التي تمدك بالمعلومات اللازمة لتصميم موقعك بنفسك.

من أجل أخذ فكرة عن التصميمات الجيدة، ابدأ أولاً بالتبحر على الشبكة لتمييز بين المواقع المختلفة وتحصل منها على أفكار ومعلومات جديدة تساعدك على البدء بعملك. هنا أيضاً يمكن للمبتدئين أن يجربوا مواقع بعض المعلنين الكبار مثل: <http://www.nordstroms.com> أو <http://www.sears.com> إذا كنت تنوي بيع إنتاج خاص بك عبر الشبكة. أمّا إذا كان عملك أو شركتك تقدم خدمات ما -كوكالات الإعلان- فيمكنك في هذه الحالة الإطلاع على مواقع بعض الوكالات الكبرى مثل وكالة Chiat Day على الموقع <http://www.chiatday.com> ونلفت



انتباهك هنا إلى أن كونك صاحب شركة صغيرة أو عمل محدود لا يعني أبداً أن يدل موقعك على هذا، وهذه هي إحدى ميزات التسويق عبر الويب - إذ يمكن أن يدل موقعك على أن شركتك واحدة من كبرى شركات العالم في مجالها -

كيف تسجل موقعك على الويب بحيث يبدو ملحوظاً بسهولة:

إذا أردت أن يجد الناس موقعك حال انتهائك من تصميمه، عليك أن تعطي معلومات عن موقعك إلى إحدى أجهزة البحث الكبرى (مثل ياهو yahoo، ويب كرولر WebCrawler، إنفوسيك Infoseek ومئات غيرها)، والتي تساعد الناس في الوصول إلى موقعك أو إلى أي موقع آخر حسب الموضوع الذي يريدونه. وكما ذكرنا، يمكنك تسجيل موقعك لدى إحدى تلك الأجهزة أو الاشتراك بخدمة البحث على الشبكات مثل <http://www.submit-it.com> Submit it !@ والتي تمكنك من تسجيل معلومات عن موقعك على مئات أجهزة البحث في وقت واحد، الأمر الذي سيكلفك بالطبع أكثر. ولكن بجميع الأحوال، تبقى تكاليف التسجيل معقولة نوعاً ما لذلك فإننا ننصحك أن تعتمد على إحدى الشركات الخاصة بخدمات التسجيل لتقوم بهذا العمل الطويل والممل نيابة عنك.

نقاط عليك معرفتها حول تسجيل موقعك لدى جهاز بحث:

سواء كنت تعتمد خدمة Submit it! أو أي خدمة أخرى للتسجيل معلومات حول موقعك لدى عدة أجهزة بحث أو قمت أنت بتسجيله لدى خدمة بحث واحدة، هنالك بعض النقاط الأساسية التي عليك معرفتها في هذا الخصوص:

1. في كل يوم تظهر أدلة عناوين عديدة جديدة وتختفي أخرى. إن شركات مثل Submit it! تحاول أن تبقى دائماً على علم بأخر المستجدات والمتغيرات في هذا الشأن، بينما قد تحوي الأدلة الأخرى على قوائم مواقع قديمة وذلك بسبب التغيرات السريعة التي تحصل على الإنترنت وعلى شبكة الويب العالمية.



٢. بعض الأدلة وأجهزة البحث تتقاضى أتعاباً مقابل القوائم، بينما لا يتقاضى معظمها ذلك.
٣. قد لا تحتوي - الأدلة أو أجهزة - البحث على كل مواقع شبكة الويب، فبعضها على سبيل المثال مخصص لمواقع الشبكة غير الأمريكية، فإذا كان موقعك كذلك فإن الدليل لن يذكره في قوائمه.
٤. بعض الأدلة وأجهزة البحث توقف عمليات التسجيل بصورة دورية، لذلك، عليك تقديم عدد غير محدد من الطلبات من أجل تسجيل URL في كل مفكرة على حدة.
٥. عندما تتقدم بطلب تسجيل URL (عنوانك الخاص على الشبكة) ستجد أن الأمر قد يأخذ من يوم إلى ثمانية أسابيع أو أكثر قبل ظهور موقعك على جهاز بحث. وهذا مرده إلى أن شركات البحث تتوخى عادة الدقة في المعلومات التي تسجلها على قوائمها. إذا كان موقعك في غير مكانه المناسب حسب تخصصه فإنه لن يدرج في القوائم، لذلك فإن التأخير في إدراج موقعك يعود للعدد الكبير من الطلبات المقدمة والتي تحتاج لمراجعة وتدقيق، كن صبوراً وتابع عملية البحث عن موقعك حتى تجده.

تقدم مواقع التسجيل خدمات أخرى استشارية تعرض عليك معلومات أو تقارير حول الدخول إلى أفضل المواقع (الأفضل هنا تعني التي تجد إقبالاً كبيراً من الزوار). فعلى سبيل المثال، تقدم لك شركة submit it! أكثر من ٤٠٠ جهاز بحث ودليل من أفضل الأجهزة على شبكة الويب. ولكن هذا العدد ليس العدد الكلي لأجهزة البحث لتلك الشركة، فهي تدعم أكثر من ١٢٠٠ جهاز ودليل. وتتلقى هذه الشركة كل يوم حوالي ٢٠ طلباً جديداً من شركات تقديم خدمات البحث والأدلة للعمل لديها.



تحديث موقعك على أجهزة البحث:

إلى كل خدمة بحث تستخدم إحدى البرامج أو الروبوتات (robot) التالية (وتسمى أيضاً الزواحف / Web Crawler، AltaVista، Excite ،) وتريد تصنيف المعلومات التي تردّها عن المواقع، نقدم هذه الإرشادات البسيطة حول تحديث تلك المعلومات بصورة مستمرة:

❖ **تغيير اسم ومحتويات الموقع:** عند تغييرك لاسم أو محتويات موقعك، لا يتوجب عليك الاتصال بكل خدمة آلية لتبنيها إلى التغييرات الطارئة. إن روبوت أو برنامج Excite وغيره من البرامج المشابهة سيقوم بإجراء تحديث أوتوماتيكي (عادة تأخذ الاسم الجديد من مربع الاسم الموجود في ترويسة وثيقتك - لذا فإنه من الأفضل أن تعدل وتبتكر دائماً ما تراه مناسباً لاسم موقعك.

❖ **تغيير مكان موقعك:** عندما تقوم بتغيير مكان الموقع (-URL/your real loca-tion) عليك الحصول على «إعلان URL» جديد من جهاز البحث، حيث يقوم الروبوت (البرنامج الآلي الخاص) باستخدامه لإدراج مكان موقعك الجديد. إذا بقي الموقع القديم يظهر على العنوان القديم، فأن معظم برامج العنكبوت ستتابع إدراج موقعك في الفهرس إلى أن تزيله بنفسك أو تستعين بملف روبوت خاص في نظامك. إن هذا الملف سيشير إلى موقعك الجديد بحيث تجد برامج التحديث الأوتوماتيكية كافة المعلومات اللازمة الخاصة بك في المكان الجديد. يمكنك الحصول على معلومات حول كيفية استخدام ملف روبوت في موقعك على info.webcrawler.com/mak/projects/robots/faq.html.

❖ **تغيير الموجز حول الموقع:** من أجل تغيير الموجز حول موقعك الذي تجمعه العناكب المختلفة، عليك أن تغيّر المحتوى، إن هذه البرامج تقوم عادة باختيار ملخص عن موقعك من الجمل التي تدل على الأفكار الرئيسية مباشرة من صفحتك الخاصة. إن مصممي روبوت شبكة الويب (العنكبوت) يمكنهم جعل العنكبوت يختار بعض الجمل الخاصة للخلاصة.



أجهزة البحث التي تحدث يدوياً:

إن بعض خدمات البحث تقوم بتحديث المواقع المشتركة يدوياً (لا من خلال روبوتات خاصة). لذا يتعين عليك تقديم معلومات حول موقعك عندما تقوم بإجراء تغييرات أساسية على محتواه. لهذا السبب يكون من الأفضل استخدام أنظمة تحديث آلية مثل Submit it!. إن مثل هذه الأنظمة تبقى الزائرين على اطلاعٍ على أحدث التغييرات الطارئة على موقعك دون أن تضطر إلى تقديم طلب أو إشعار بالتغيير الحاصل إلى كل جهاز بحث.

الإعلان على شبكة الويب المنتشرة في العالم:

إذا كانت ميزانيتك المخصصة للدعاية عن عملك أو سلعتك تسمح لك بالإعلان على شبكة الويب العالمية، لا تتردد في ذلك. إن الإعلان على أحد مواقع الويب الدعائية (المخصصة للإعلانات) يتراوح بين تقديم إعلان بسيط على الموقع وبين تقديم الطريقة المناسبة لتوصيل الزبون إلى موقعك (مقابل أتعاب خاصة) على هذه الشبكة أو إلى صفحتك الخاصة التي تعطي معلومات كاملة عن منتجك أو الخدمة التي تقدمها.

والإعلان على المواقع الساخنة (أي الشائعة) يمكن أن يكون مكلفاً. فعلى سبيل المثال سيكلفك الإعلان العادي على نظام بحث AOL NetFind لمدة سنة حوالي \$ ٢٠٠٠ وسيكلفك الإعلان الأكبر المزيد من المال.

إذا أردت التعرف على كيفية الإعلان على مواقع مميزة على شبكة الويب، يمكنك إرسال رسالة إيميل أحد المسؤولين عن شبكة الويب (Webmaster) لسؤاله عن إمكانيات الإعلان التي تتراوح أسعارها وأمكنة عرضها ونسبة المشاهدة التي تحققها لك. إن الإعلان على شبكة الويب يشبه كثيراً الإعلان في وسائل الإعلام الأخرى كالصحف والمجلات. وكلما زاد الطلب على الإعلان على صفحة ما، كلما ارتفع سعر الإعلان عليها.



إذا كان موقعك يتمتع بنسبة عالية من المشاهدة، يمكنك الاستفادة في هذه الحالة ببيع قسم من الموقع لعرض إعلان ما. في الواقع هنالك بعض المقاولين على شبكة الويب الذين يمارسون هذا العمل لتحقيق المكسب المادي من خلال الأتعاب التي يتقاضونها.

إبقاء عميلك على موقعك على الشبكة:

إن المحافظة على زوار وزبائن موقعك هام بقدر أهمية اجتذاب أشخاص جدد إلى موقعك. تمعن في هذه التكاليف للإعلان على الويب:

إعلان إحدى الشركات المتخصصة على موقع على الويب: \$10000

حملة إعلانية على الياهو!: \$15000

إعلان لمدة سنة: \$1200

المحافظة على زوار موقعك على الويب: لا شيء.

ولكن بما أن عدد صفحات الويب يفوق البليون صفحة على الإنترنت، فإن التحدي الأكبر هو النجاح في التمييز وفي استقطاب أكبر عدد من المتبحرين.

خلصت دراسة حديثة أعدها معهد إنفيج للتكنولوجيا / Engage Technology إلى أن نسبة 4 من أصل 5 زوار إلى أحد مواقع الويب العادية لا يعودون إليه. ويعتقد عدد غير قليل من خبراء السوق أن القدرة على اكتساب عدد أكبر من الزوار الدائمين دليل النجاح في هذا الميدان. ولكنهم يحذرون، بالمقابل، من أن الاكتساب دون المحافظة على ما اكتسبته قد لا يعني شيئاً.

هنالك عدد من الطرق التي تساعدك على المحافظة على زوار موقعك على الويب. إليكم هذه النصائح التي يقدمها السيد دومين بازادونا (Domain Pazado)، وهو شريك في واحدة من أشهر وأنجح الشركات على الويب في موضوع استقطاب زوار دائمين، شركة Cyber-NY: (<http://www.cyber-ny.com>)



- استخدم التقنيات الحديثة لضغط ما ترسله بهدف تسريع عملية العرض عند المتلقي: إن معظم عمليات التبحر على الويب تتم بواسطة المودم. وربما قريباً جداً يكون لدى كل مستخدم توصيلات إلى خط المودم السريع DSL، ولكن معظم المستخدمين حالياً يعتمدون على أجهزة المودم العادية للاتصال من منازلهم. ولكن للأسف فإن معظم الناس لا يملكون الصبر للانتظار أمام المواقع التي تحتاج لأكثر من دقيقة تحميل على شاشاتهم. كي تتجنب هذه المشكلة، قم بضغط الصور والرسوم، وتفاذ تصميم نص بطريقة الصور في الوقت الذي يمكنك فيه إرساله عبر HTML. إن هذا يساعد على تسريع تحميل موقعك على شاشة الزائر، وبهذا فإنه يضمن لك عدم هروبه إلى موقع آخر.

- جرب استخدام تقنيات جديدة: تحرّ عن كل التقنيات الحديثة ولا تخشَ من استخدامها. يقدم عدد كبير من شركات البرمجة مثل شركة ماكروميديا (Macromedia) المزيد والمزيد من الوسائل التي تساعد في التبحر على الويب دون إضاعة كثير من الوقت. في حال اعتمادك على خدمات شركة ما لتصمم موقعك على الويب (إذا كنت لا تملك أفكاراً خاصة في مجال التصميم)، اطلب من هذه الشركة أن تستخدم أحدث وآخر التطورات التكنولوجية في هذا المجال.

بعض الأفكار الهامة حول التسويق عبر الويب:

حالما يظهر موقعك الممتاز من وجهة نظرك (لتصميمه الرائع وسرعة عرضه والإعلان عنه في عدة أماكن) على الشبكة للإعلان عن سلعتك أو عن خدماتك، تجد أنك ما زلت تواجه مشكلة كبيرة: لا أحد يشتري بضاعتك.

هنا عليك أن تسأل نفسك إن كنت فعلاً قد اتبعت قواعد التسويق الأساسية عندما قمت بتصميم موقعك. إليك هذه القواعد الهامة في هذا المجال والتي يتوجب عليك إتباعها (عليك بذل جهد إضافي هنا وعدم الاعتماد على اتصالات وتسويق شبكة الويب):



- **قدم خدمات ممتازة للزبائن:** إن تقديم خدمات ضعيفة للزبون أمر من شأنه التسبب بهرب هذا الزبون، بدءاً من عدم الاكتراث بالرد على رسائله وانتهاءً بتأخير وصول البضاعة المطلوبة. ففي عصر السرعة الذي نعيشه، لن ينتظر الزبون طويلاً لاستلام رد منك على استفساراته حول بضاعتك. إن تأخرك بالرد على رسائله عبر البريد الإلكتروني سيؤدي إلى تحوله عنك إلى معلن آخر. هنالك نقطة أخرى هامة هنا، هي تأكدك من وجود عنوانك على كل صفحة من صفحات موقعك على الويب، لأن الزبون يكره أن يضيع وقته في البحث عن العنوان من أجل توجيه سؤال بسيط. وأخيراً لا تنسَ أن تقدم له خدمة الاتصال بك مجاناً من أجل استفساراته وهذا أمر يمكنك تحقيقه بسهولة ومجاناً أيضاً عبر <http://www.unreach.com>.

- **اذكر بوضوح من أنت وما الذي تفعله:** لا نستطيع أن نحصي لك عدد المواقع التي يغفل أصحابها ذكر المواد أو السلع التي يبيعونها. لذا عليك التعريف بنفسك أو بشركتك وبالسلعة التي تنتجها جيداً. هنا أيضاً لا تترك الأمر للزبون كي يبحث وينقب من أجل معرفة السلعة التي تبيعها أو الخدمة التي تقدمها. إن الناس عادة لا يهتمون بصاحب السلعة وإنما بما تقدمه لهم تلك السلعة من فوائد، لذلك اشرح بالتفصيل ميزات سلعتك وفوائدها لتلفت نظر المهتمين إليها.

- **قدم السعر الأنسب:** إذا كنت تطلب سعراً عالياً لن يشتري أحد منك، وإذا كنت تطلب سعراً أقل من المعقول سيظن الزبون أن هنالك عيباً في سلعتك وبالتالي فإنه لن يشتريها، لذا قم، قبل تحديد سعرك النهائي، بجولة على مواقع منافسيك الذين يعرضون سلعاً شبيهة بالتي تعرضها وتعرف على الأسعار التي يعرضونها. ولا تنسَ هنا أن تقدم عرضاً مجانياً تشجيعياً مع سلعتك، فإن أي شيء تعرضه مجاناً مع سلعتك - كتوصيل السلعة مجاناً مثلاً - سيشجع الكثير من الناس على التعامل معك وشراء ما تعرضه.



- تأكد من كون نص إعلانك يشجع الآخرين على الشراء: اعتمد على عناوين براءة وملفتة لجذب الزبائن، بالإضافة إلى الاعتماد على شهادات أشخاص كانوا سعيدين بشراء بضاعتك لأنها حققت لهم الفائدة المرجوة منها. ولا تنس أن قارئ الإعلان يقفز عادة من سطر إلى آخر يلفت انتباهه ولا يقرأ كل ما هو مكتوب، لذلك عليك أن تعرف كيف توجه أنظاره إلى الجمل الرئيسية التي تبرز النقاط الهامة والميزات المتوفرة بسلعتك. وتذكر أن تعرض عدة خيارات وتسهيلات للدفع على الزبون، وليكن شعارك هنا البساطة والسهولة.

- صمم موقعك وأنت تضع السوق الذي تصبو إليه نصب عينيك: هل تجد أن إعلانك على الويب بتصميمه الحالي ناجح في جذب نوعية الزبائن التي تريدها والمستعدة فعلاً لشراء بضاعتك أو الاستفادة من خدماتك؟ فعلى سبيل المثال إذا كان إعلانك موجهاً لفئة الشباب فيجب أن يبدو مرحاً وبسيطاً ومتماشياً مع ما هو دارج (واترك التكلفة والتعقيد للكبار)، وإذا كان موجهاً إلى رجال الأعمال فيجب أن يبدو متعاوناً من أجل تحقيق المصلحة المطلوبة. أي بمعنى آخر، عليك استخدام الألوان والخطوط والصور التي تناسب الفئة التي يتوجه إليها الإعلان.

- ركز على المضمون وسهولة التبحر: فإن هذين العنصرين هما أهم العناصر التي تساعدك على الاحتفاظ بزوار موقعك. قد يبدو هذا سهلاً، ولكن شركات عديدة تركز على عملية تسويق موقعها دون الالتفات إلى كيفية وماهية عملية الاتصال بموقعهم. إي أنهم لا يعيرون انتباهاً إلى كون محتوى موقعهم يتماشى مع أحدث التطورات ولما تنته صلاحيته أم لا، ولا يلتفتون إلى صعوبة التبحر على موقعهم ذلك. إذا لم يستطع موقعك تقديم ما يريده المستخدم وبطريقة سهلة وسريعة فإن آلاف المواقع يمكنها تقديم ذلك.



الطريقة الفعلية لتقديم خدمات بوقت بسيط:

يمكنك إلقاء نظرة على الموقع التالي: <http://www.humanclick.com> الذي يسمح لك بالإجابة على استفسارات الزوار الذين يستعرضون موقعك على الويب. كلما استخدمت المزيد من الأقتية والوسائل التي تسهل اتصال الزبون بك كلما كان هذا أفضل بالنسبة لك. لقد فشلت شركات عديدة بتطوير عملها ومردودها عبر الشبكة وذلك بسبب ضعف الخدمات التي كانوا يقدمونها إلى الزبائن أو بسبب ضعف أقتية الاتصال التي كانوا يستخدمونها للوصول إلى أولئك الزبائن. لذلك فإن تقديمك أكثر من وسيلة اتصال بينك وبين الزبون سيجعلك تبرز بالتأكيد بين مجموعة المعلنين ويعزز علاقتك بالزبائن وبجميع المتصلين بك، ويساعدك على الاحتفاظ بزبائنك الدائمين.

وفي نهاية المطاف، نذكرك بضرورة اعتماد هذه المبادئ المتعلقة بشؤون التسويق عند تصميم موقعك. صمم موقعك بحيث يبدو جذاباً وجيداً وبحيث يحقق الهدف الذي ترحوه من أجل عملك، والأهم من هذا وذاك أن تذكر أن الموقع سيققق لك ما تريد تحقيقه: بيع ما عندك من إنتاج وضمن عودة الزبون ثانية إليك لشراء المزيد.

